



**Dissertação de Mestrado em  
Gestão/MBA**

**O impacto do empreendedorismo na diversificação da economia  
Angolana: Estudo de caso do Programa Angola Investe**

Paulo Lélis de Freitas Alves

Estudante nr. 1302900

**Orientador:** Professora Doutora Luísa Carvalho

**Co-orientador:** Professor Doutor Marc Jacquinet

**LISBOA – PORTUGAL**

**Dezembro de 2018**

**Dissertação de Mestrado em  
Gestão/MBA**

**O impacto do empreendedorismo na diversificação da economia  
Angolana: Estudo de caso do Programa Angola Investe**

Paulo Lélis de Freitas Alves

Estudante nr. 1302900

**Orientador:** Professora Doutora Luísa Carvalho

**Co-orientador:** Professor Doutor Marc Jacquinet

**LISBOA – PORTUGAL**

**Dezembro de 2018**

## **Dedicatória**

A elaboração desta dissertação só foi possível com apoio dos meus familiares e colaboração dos meus orientadores, a quem agradeço desde já a compreensão, cooperação e disponibilidade. Não posso deixar de agradecer igualmente a todos os empreendedores que responderam ao inquérito objeto de estudo deste trabalho.

Dedico este trabalho especialmente à minha família por terem sido um grande suporte nesta etapa da minha vida, que dividido entre tarefas profissionais e escolares, estive mais ausente do ambiente familiar.

Reitero ainda a importância do apoio da minha esposa Edna e das minhas filhas Camila e Daniela, por terem entendido a cada momento, a importância do tempo dedicado a este trabalho e a fadiga que demonstrei em vários momentos, o meu muito obrigado. Aos meus pais Camilo e Eunice, que conseguiram ao longo da vida transmitir-me valores como a honestidade, integridade, persistência, disciplina e rigor, e que com eles tenho conseguido superar todos os desafios que a vida me proporciona, os meus sinceros agradecimentos.

## **Agradecimentos especiais**

Por ser quem sou e por tudo o que conquistei e superei, eu te agradeço meu Deus.

Para um profissional com as minhas tarefas, constantes viagens em serviço e várias alterações de funções ao longo deste período, esta dissertação tornou-se possível apenas, por um lado devido ao grande desafio pessoal que constituía, mas por outro lado, por ter uma irmã e colega, que nunca me permitiu fraquejar, à Mónica Alves em especial o meu muito obrigado.

Aos meus orientadores Professora Doutora Luísa Carvalho e Professor Doutor Marc Jacquinet o meu reconhecimento da vossa importância nesta conquista por não me terem deixado enfraquecer, admito que só a vossa disponibilidade, recomendações, dedicação e apoio prestado, permitiram chegar até aqui.

A todos os meus colegas de trabalho, em especial aos colaboradores da Região que coordeno, o meu obrigado por terem compreendido e apoiado esta conquista.

## RESUMO

A forte redução do preço do petróleo no mercado internacional a partir de 2014 e a dependência da economia Angolana na exportação desta *commodity* expôs-nos a uma forte recessão económica nos últimos anos. Este contexto gerou um cenário desafiante para que autoridades e agentes económicos marquem um percurso distinto do habitual, diversificando a economia.

Apesar das recentes melhorias no preço desta *commodity*, o empreendedorismo assume-se como solução ideal para o desenvolvimento sustentável da economia Angolana, para o aumento da oferta de bens e serviços ao mercado interno e quiçá externo, para o aumento do emprego e da receita fiscal não petrolífera e até para a formação de defesas para futuras oscilações.

É comumente aceite que o empreendedorismo provém de iniciativas maioritariamente privadas para implementar novos negócios, para a inserção de mudanças em processos já existentes ou ainda para a inovação organizacional numa empresa. O estado deve criar incentivos, promover condições estruturais e um bom ambiente de negócios para que este fenómeno possa desenvolver.

O empresariado Angolano era até recentemente, tipicamente comercial, a produção nacional não era atrativa nem expressiva no PIB Angolano, expondo a economia nacional a alterações significativas por alterações de preços da principal *commodity* exportada, nos mercados internacionais.

O objetivo geral da presente dissertação é a análise da atividade empreendedora global, em África e em Angola em particular, sua tendência, influência e o papel do estado na criação de um ambiente de negócios favorável. Para alcançar estes objetivos, delinearam-se os seguintes objetivos específicos: (i) estudo do empreendedorismo, histórico, visão global atual sobre o tema, sua perspetiva atual em África e em Angola; (ii) verificação da correlação entre empreendedorismo, ambiente de negócios e diversificação económica; (iii) avaliação global da implementação do Programa Angola Investe.

Para alcançar estes objetivos foi desenvolvido um modelo conceitual que examina as variáveis que explicam o aparecimento do empreendedorismo e sua dinâmica atual, assim como, na apresentação de um estudo empírico desenvolvido com recurso à recolha de dados por inquérito.

**Palavras chaves:** Empreendedorismo, Diversificação Económica, Ambiente de Negócios, Recursos.

## ABSTRACT

The strong reduction on the oil price in the international market after 2014 and the dependence of the Angolan economy on the export of this commodity has exposed us to a strong economic recession in recent years. This context has created a challenging scenario for authorities and economic agents to take a different course than usual, diversifying the economy.

In this context, entrepreneurship is an ideal solution for the sustainable development of the Angolan economy, to increase the supply of goods and services in the domestic market and perhaps for the external market, to increase of employment, to increase the non-oil fiscal revenue and even for the formation of defenses for future oscillations of the price of this commodity.

It is commonly accepted that entrepreneurship comes from mostly private initiatives to implement new business, to insert changes in existing processes or even to organizational innovation in companies. The government must create incentives and promote structural conditions and a good business environment to develop this phenomenon.

Angolan entrepreneurship was until recently, typically commercial, internal production was neither attractive nor expressive in Angolan GDP, exposing the national economy to significant changes due to price changes of the main commodity exported in international markets.

The general objective of this dissertation is the analysis of the global entrepreneurial activity, in Africa and in Angola in particular, its tendency, influence and the role of the state in the creation of a favorable business environment. In order to achieve these objectives, most specific were outlined: (i) study of entrepreneurship, history, real global vision on the theme, its real perspective in Africa and Angola; (ii) selection of the correlation between entrepreneurship, business environment and economic diversification; (iii) overall evaluation of the implementation of Angola Invest Program.

To achieve these objectives, a conceptual model was developed that examines the variables that explain the appearance of entrepreneurship and its current dynamics as well as the presentation of an empirical study developed using data collection by questionnaire survey.

**Key-words:** Entrepreneurship, Economic diversification, Business environment, Resources.

Introdução	8
1. Empreendedorismo	11
1.1. Enquadramento	11
1.2. Empreendedorismo no mundo	14
1.2.1. Perspetiva do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	15
1.2.2. Perspetiva da Global Entrepreneurship Development Institute (GEDI)	17
1.3. Empreendedorismo em África	19
1.4. Empreendedorismo em Angola	21
1.5. Tipologias de empreendedorismo	22
1.5.1. Empreendedorismo por necessidade	24
1.5.2. Empreendedorismo por oportunidade	25
1.6. A inovação como essência do empreendedorismo	26
1.7. A influência do empreendedorismo no desenvolvimento social	27
1.8. O ambiente e sua influência no empreendedorismo	29
1.8.1. Ambientes regionais	31
1.9. Políticas públicas de promoção ao empreendedorismo	33
1.10. Avaliação do empreendedorismo	34
1.11. Empreendedorismo e recursos	38
1.12. Empreendedorismo, uma paixão	39
1.13. Empreendedorismo e financiamento	40
1.14. Políticas e programas públicos de fomento ao empreendedorismo	44
2. O desenvolvimento das MPME's em Angola	49
2.1. Lei das MPME's em Angola	52
2.2. Programa Angola Investe	53
2.3. Classificação das MPME's beneficiárias do P.A.I.	55
2.4. Exclusões	57
2.5. Objetivos da classificação	57
2.6. Estrutura institucional de apoio	58
2.7. Valor do financiamento	58
2.8. Finalidade	59
3. Modelo proposto para apoio a gestão das MPME's	60
4. Metodologia	65
4.1. Opções metodológicas	65
4.2. Desenho do estudo	66
4.3. Instrumentos de recolha de dados: O Questionário	67
4.4. População	67

4.5.	Amostra -----	69
5.	Resultados e interpretação-----	70
5.1.	Representantes das empresas-----	70
5.2.	Informações sobre as empresas-----	73
5.3.	Empreendedorismo -----	75
5.4.	Financiamento bancário-----	78
5.5.	Principais dificuldades no projecto -----	81
5.6.	Ambiente de negócios e sua influência no negócio da empresa -----	82
5.7.	Incentivo ao empreendedorismo -----	83
5.8.	Limitações do estudo -----	84
5.9.	Contributos -----	84
6.	Conclusão-----	85
7.	Bibliografia-----	88
8.	Anexos -----	96

Índice de figuras:

Figura 1 - Caraterísticas de um empreendedor.....	12
Figura 2 - Modelo proposto para gestão das MPME em Angola.....	60

Índice de tabelas:

Tabela 1 - Indicadores de empreendedorismo.....	35
Tabela 2 - Estrutura conceitual dos indicadores da performance empreendedora .....	37
Tabela 3 - Classificação das MPME's em Angola.....	55
Tabela 4 - Classificação das MPME's .....	58

Índice de gráficos

Gráfico 1 - População .....	68
Gráfico 2 - Anos de experiência como empresário .....	70
Gráfico 3 - Anos de experiência na atividade principal .....	70
Gráfico 4 - Função que desempenha na empresa .....	71
Gráfico 5 - Grau Académico .....	71
Gráfico 6 - Adequação da formação a atividade .....	72
Gráfico 7 - Antiguidade da constituição da empresa .....	73
Gráfico 8 - Programa Angola Investe/volume de negócios .....	73
Gráfico 9 - Programa Angola Investe/colaboradores .....	74
Gráfico 10 - Associativismo e cooperativismo .....	74
Gráfico 11 - Importância das associações/cooperativas de empresários.....	75
Gráfico 12 - Tipos de empreendedorismo .....	75
Gráfico 13 - Caraterísticas do empreendedor.....	76
Gráfico 14 - Dificuldades no inicio da atividade .....	78
Gráfico 15 - Financiamento bancário antes da adesão ao P.A.I.....	78
Gráfico 16 - Adesão ao P.A.I. ....	79

Gráfico 17 - Vantagens do P.A.I. ....	80
Gráfico 18 - Dificuldades na execução do projeto .....	81
Gráfico 19 - Ambiente de negócios, fatores internos.....	82
Gráfico 20 - Ambiente de negócios, fatores externos .....	83
Gráfico 21 - Importância dos incentivos ao empreendedorismo.....	83

## LISTA DE SIGLAS

AEA - *African Entrepreneurship Award*  
 AEA - Associação dos empreendedores de Angola  
 BMCE - *Bank of Afric*  
 BUE - Balcão Único do Empreendedor  
 CEDEAO - Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental  
 EMN's - Empresas multinacionais  
 EUA - Estados Unidos da América  
 FEA - *Firm Entrepreneurship Activity*  
 GEDI - *Global Entrepreneurship & Development Index*  
 GEI - Índice Global de Empreendedorismo  
 GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*  
 GUE - Guiché Único do Empreendedor  
 IFE - Instituto de Fomento do Empreendedorismo  
 INAPEM - Instituto Nacional da Pequena e Média Empresa  
 I & D - Investigação e Desenvolvimento  
 MEST - *Meltwater School of Technology*  
 MINEC - Ministério da Economia  
 MPME's - Micros, Pequenas e Médias Empresas  
 OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico  
 OGE - Orçamento geral do estado  
 PAI - Programa Angola Investe  
 PDMPME'S - Plano de desenvolvimento das Micro, Pequenas e Médias Empresas  
 PIIGS - Portugal, Itália, Irlanda, Grécia e Espanha  
 PME's - Pequenas e Médias Empresas  
 PROAPEN - Programa de Apoio a Pequenos Negócios  
 SEA - *Social Entrepreneurship Activity Index*  
 TEA - Atividade Empreendedora em fase inicial  
 UE - União Europeia  
 ZEE - Zona Económica Especial



## **Introdução**

Após o fim da guerra civil em 2002, e até 2014 a economia Angolana foi destacada ao nível mundial pelo seu crescimento, no entanto continuou a ser uma economia dependente maioritariamente da exportação de petróleo e, em menor escala, de diamantes. Dados do Ministério das Finanças revelam que em 2014 o peso da receita fiscal petrolífera rondou os 70% do Orçamento Geral do Estado (OGE) tendo caído para 36,5% em 2015 e para cerca de 30% em 2016, devido à forte quebra na cotação internacional do crude, esta redução teve como é óbvio, um impacto brutal sobre a economia Angolana.

De acordo com o economista Alves da Rocha, Diretor do Centro de Estudos e Investigação da Universidade Católica, durante a palestra sobre Energia em Angola em 2015, o petróleo gerou para o estado Angolano mais de 256 mil milhões de Euros desde 2002 (fim da guerra civil) e as receitas globais incluindo o lucro das petrolíferas ascenderam 428 mil milhões de euros, sem aparente impacto direto na diversificação económica.

O conforto do preço elevado do petróleo transformou Angola num país dependente de importações, este processo era mais fácil e atrativo do que o caminho da diversificação da economia, especialmente através da promoção do empreendedorismo para dinamizar o processo produtivo. Este comodismo gerou um desequilíbrio na balança de pagamentos (importações superam as exportações) e o défice orçamental não tem tendências positivas sendo visível nos dados públicos do Ministério das Finanças em 2014 cerca de 6,6%, em 2015 cerca de 7%, em 2016 rondou os 7%, e em 2017 terá registado 5,3%, havendo recomendações do Fundo Monetário Internacional para redução para pelo menos 2,25% em 2018, exortando que o executivo Angolano deve estimular o papel do setor privado na reconstrução das infraestruturas do país.

Tudo isto tem influenciado negativamente o mercado, a diminuição dos rendimentos do petróleo e a consequente escassez de divisas provocam atualmente mais de 6 meses de atraso nas importações, uma desvalorização acentuada na moeda nacional (supera 300% entre 2015 e 2018), escassez na oferta de produtos básicos no mercado, descontrolo nos preços dos bens, redução do poder aquisitivo das famílias, aumento do desemprego, assistência médica e medicamentos degradada e a deterioração das condições sociais.

A acentuada crise económica e cambial sem precedentes e também sem horizontes, conjuga o convívio entre a necessidade de alavancar a economia com receitas não petrolíferas e a escassez de capitais e cambiais para dar respostas as necessidades de investimento, gerando um cenário desafiante para que autoridades e agentes económicos marquem um percurso distinto ao habitual, diversificando a economia.

Atualmente o executivo Angolano procura dinamizar a iniciativa privada nacional como forma de diversificar a economia e reduzir a dependência das importações, especialmente na agricultura e agroindústria, pecuária, pescas e transformação de pescado, indústria de utensílios de construção, de modificação no campo da geologia e minas, têxteis e confeções, entrepostos de frio, incubadoras de empresas com obrigações na consultoria, contabilidade e divulgação, setores abrangidos por financiamentos ao abrigo do Programa Angola Investe (P.A.I.). Porém a inexistência de oferta tecnológica e *know-how* interno que permitisse investimentos apenas em moeda nacional, e como referimos existir escassez de cambiais para suportar importações, coloca barreiras elevadas a este objetivo estratégico do executivo.

O presente trabalho dedica especial atenção ao empreendedorismo apesar de assumirmos deste já que o tema é pouco explorado em Angola. Apesar de recorrentemente se emprega o termo com bastante entusiasmo, pois reconhecidamente terá de agora em diante um forte contributo no desenvolvimento sustentável da economia, no aumento da oferta de emprego no setor privado, e contribuir para o crescimento da receita fiscal não petrolífera.

Assim, julgamos pertinente não só aprofundar os conhecimentos sobre o empreendedorismo, mas também perceber a noção que os empreendedores têm sobre o mesmo e dos tipos de incentivos e apoios disponibilizados pelo governo para fomentar este fenómeno. Por outro lado, a lei das Micro Pequenas e Médias Empresas (MPME's), os incentivos fiscais constantes desta lei e o P.A.I. que é um importantíssimo acessório à mesma, estão em execução há mais de cinco anos, no entanto o seu impacto na economia real não é suficientemente visível e impactante. Daí, pretendemos através de inquérito aos beneficiários, perceber o contributo e expectativas breves do programa na economia nacional.

Se a economia for dominada pelo setor produtivo, logicamente teremos uma economia mais robusta e independente dos efeitos de alterações de preços nos mercados internacionais, à semelhança do que ocorre em vários países vizinhos, com destaque para a África do Sul.

A pertinência do presente trabalho relaciona-se à possibilidade de contribuir com dados gerais e conhecimentos globais que permitam não só perceber o fenómeno, a sua adequação à necessidade de desenvolvimento de Angola e à forma como o estado contribui diretamente nesta tendência, mas também e acima de tudo, perceber o grau de execução do P.A.I. O tema foi escolhido não só por ser um tópico de momento em Angola mas também porque o mestrando é bancário e visiona que este aprofundamento possa contribuir para uma perceção mais realista tanto de empreendedores como das instituições envolvidas (bancos comerciais e instituições públicas) da sua necessidade e importância mas também no seu impacto na diversificação da economia.

De 381 projetos financiados pelo P.A.I. realizamos um inquérito sobre 100 empresas contactáveis por correio eletrónico, cuja taxa de eficácia nas respostas foi de 59%, onde identificamos fatores determinantes para o desenvolvimento do empreendedorismo em Angola e detetamos variáveis que merecem melhorias em futuras iniciativas semelhantes. Por outro lado, esta auscultação permite-nos partilhar com os vários *stakeholders*, despertando interesse na adesão ao programa e na melhoria do programa, encurtando caminhos para atingir níveis mais elevados de produção, o que claramente contribui para rápida melhoria dos indicadores de produção nacional que são, em todos os setores, insuficientes para as necessidades de consumo.

Quanto aos resultados, o presente estudo permitiu constatar que o nível de conhecimentos de grande parte dos empreendedores e gestores das empresas financiadas se adequa à necessidade, que a implementação do programa é uma mais-valia para o desenvolvimento do empreendedorismo especialmente nos setores chave da produção nacional, com particular destaque para a agricultura, pecuária, pescas e indústria de transformação ligeira. Outrossim, a maior parte dos empreendedores estão conscientes do seu importantíssimo papel, no entanto e não menos importante, que a crise tem afetado a implementação e desenvolvimento de novos projetos.

## **1. Empreendedorismo**

Este capítulo apresenta uma resenha sobre os principais conceitos de empreendedorismo e do empreendedor, bem como o seu surgimento no Mundo, em África e em Angola. Esta abordagem no contexto do continente Africano justifica-se pela área geográfica onde se aplica o estudo empírico.

### **1.1. Enquadramento**

O empreendedorismo é um fenómeno estudado há vários séculos, entretanto o seu ressurgimento nos últimos anos é impar especialmente em função dos vários acontecimentos macroeconómicos um pouco por todo o mundo e ressurge como resposta à necessidade de vários países melhorarem os seus índices de produção de bens e oferta de serviços visando melhorias no seu desempenho económico e social.

Baseando-nos nas ideias de Sarkar (2007) citado por Duarte e Esperança (2014), o tema em análise ressurgiu, como uma descoberta inédita para desvendar a chave que abre a porta da «lâmpada do Aladino», de maneiras a modificar irreversivelmente o caminho do alcance da economia.

Parafraseando Duarte e Esperança (2014) relativamente ao termo empreendedorismo, também usado pela Comissão Europeia (2003), agrupa diferentes perspetivas do processamento criativo: A consciência criativa é a disposição intelectual e procedimentos na formação e ampliação de atividades financeiras, ajustando a ameaça e a invenção e/ou a novidade com a disposição para captar estímulos, no circuito de uma instituição recém-criada ou já existente. De acordo com esta perspetiva pode-se ser empreendedor sem se ter em conta o ato de fundação de uma nova unidade económica social. Assim, os sujeitos que tenham já constituído uma unidade económica social, são designados de empreendedores. Este conceito está subjacente também quando um indivíduo tem por iniciativa a criação de uma empresa inovadora, reforma numa atividade ou é alguém que leva avante um pensamento revolucionário, tendo sempre presente o conceito de ocasião e a intenção de promover algo marcante, cuja meta é o alcance da relevância posicional no mercado. Importa realçar que essa realização acontece numa atmosfera de indecisão e onde é necessário controlar o risco.

Para Schumpeter (1941) citado por Duarte e Esperança (2014), os termos empreendedorismo e empreendedor cingem-se no seguinte:

- Ao empreendimento de modernos concertos que intitula de «empresa» e aos sujeitos cuja tarefa é executa-las «empreendedores».
- Um sujeito só é empreendedor se efetivamente realiza renovadas disposições de agentes de produção.

Na ótica de McClelland (1965) só é criador o indivíduo que verdadeiramente executa renovadas disposições de fatores.

- Numa visão mais simplista, pode-se entender como empreendedor aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação.
- Ser empreendedor significa acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação.

Numa só palavra um empreendedor é um indivíduo que consegue pôr em prática suas ideias conforme ilustração abaixo:

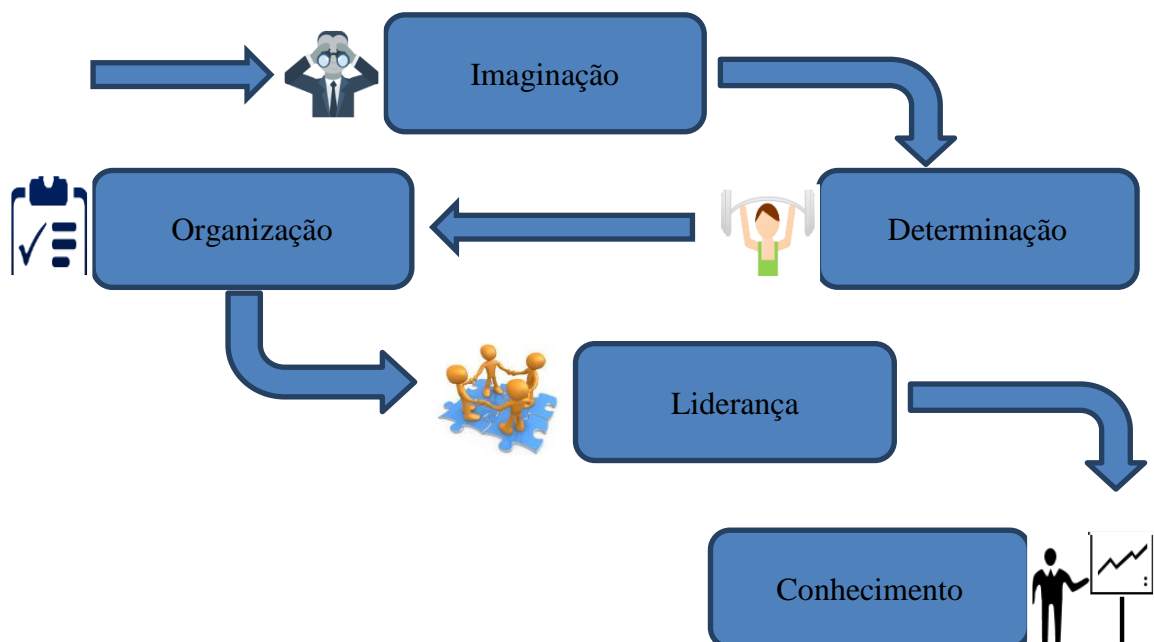


Figura 1 - Características de um empreendedor

Fonte: Elaboração própria adaptada de "Um empreendedor é uma pessoa que imagina desenvolve e realiza visões" (Fillion, 1999, p. 19).

Assim podemos entender que o empreendedor é o sujeito que concebe uma empresa ou a pessoa que se envolve de maneira a proporcionar renovações à sua fundação sendo ainda entendido como o promotor pela abertura, conservação e fortalecimento de uma empresa destinada ao aumento do rendimento e da satisfação dos clientes, mediante a criação de bens e serviços.

Podemos ainda identificar várias perspectivas de empreendedorismo, nomeadamente o relacionado com a inovação, com a exploração de uma oportunidade, ou com o processo de criação de uma empresa. Este conceito aparece ainda associado a outros contextos, como o empreendedorismo social e o intra-empreendedorismo (Carvalho e Costa, 2015).

Outros autores como Fialho *et al.*, (2007: 36), Raza (2008), Dornelas (2005) definem o empreendedorismo como uma investigação inclinada para o progresso de aptidões e tendências apontadas para a fundação de um projeto (tecnológico, instrutivo, empresarial). O mesmo tem proveniência no termo delinear que significa efetuar, confeccionar ou executar. Os mesmos autores definem o empreendedor como sendo aquele indivíduo que manifesta várias aptidões e competências para conceber, abrir e administrar um negócio, produzindo os efeitos desejados. Estes autores citam certas particularidades de um empreendedor:

- Conceber
- Habilidade de constituição e planeamento
- Comprometimento
- Responsabilidade de orientar
- Tendência para atuar em equipa
- Destreza pela zona de atuação
- Sonho futurista
- Aptidão para arcar com os prejuízos
- Primazia na busca de novidades, resoluções e mudanças para o seu negócio
- Firmeza (permanecer nas dificuldades)
- Sapiência para auscultar os sujeitos
- Agilidade na correspondência de comunicação e locução

Os mesmos autores consideram que o empreendedorismo é fundamental para a formação de riqueza num país, impulsionando o incremento financeiro e melhorando o nível social de uma nação, tornando-se num fator relevante na criação de empregos e de rendimento.

## **1.2. Empreendedorismo no mundo**

Apesar do reconhecido dinamismo do empreendedorismo global atual, verifica-se uma elevada taxa de mortalidade de empresas devido a redução significativa de liquidez no mercado, escassez de recursos próprios, a forte concorrência e a mudanças nas políticas públicas, tudo isto bastante influenciado pela crise económica e financeira mundial. Por outro lado também se assume que uma das causas mais frequentes de fracasso das iniciativas está diretamente relacionada a falta de *know-how* do empreendedor.

Num mundo cada vez mais competitivo, só os mais fortes sobrevivem, logicamente o empreendedor deve preparar-se melhor e dedicar o máximo de tempo e recursos, enfrentar todos os desafios que certamente lhe vão aparecer e procurar munir-se de conhecimentos, atitudes e comportamentos adequados a um vencedor. Assim julga-se importante que o empreendedor atual tenha as seguintes características:

- Capacidade para empreender, aptidão para tomar iniciativas e encontrar soluções adequadas para os desafios que se propõe.
- Capacidade para iniciar e gerir o seu empreendimento, o conjunto de conceitos, métodos, relacionados com a criação de novas empresas ou organizações.
- Capacidade para desenvolver um espírito social empreendedor, a criação de empregos, cooperação com as estratégias dos governos e eventualmente na obtenção de apoio nos incentivos do governo e das instituições.

Com o aumento global das taxas de desemprego, são cada vez mais visíveis iniciativas de indivíduos sem emprego e com pouco preparo, procurando colmatar necessidades financeiras. Noutra perspetiva também se assistem iniciativas de indivíduos com emprego fixo e estável por ambicionarem uma vida financeira melhor, arriscam abertura de negócio próprio, apesar de, como referimos acima, as estatísticas mundiais mostram que apenas uma pequena percentagem destas iniciativas, sobrevivem. Acredita-se que é cada vez mais evidente e necessário que os empreendedores para além da sua iniciativa devem planear

melhor o que pretendem fazer, isto logicamente deve ser materializado por meio de um plano de negócios que lhe vai permitir, melhorar a sua orientação para um crescimento sólido e com sucesso.

### **1.2.1. Perspetiva do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)**

O GEM é uma parceria entre a *London Business School* (Inglaterra), e o *Babson College* (Estados Unidos da América) que avalia anualmente a atividade empreendedora no mundo, com mais de 80 países associados e com crescimento permanente, sendo considerado o maior estudo ininterrupto sobre a dinâmica empreendedora no mundo.

Esta investigação é apoiada em estimativas sobre o nível de atividade empreendedora nativa para todos os países associados e abrange uma análise da função empreendedora no engrandecimento económico nacional anunciando a fortuna das características ligadas com a atividade empreendedora. É considerada excelente uma vez que a maior parte da informação recolhida sobre empreendedorismo avalia novas e pequenas empresas e de forma pormenorizada, o procedimento dos sujeitos com referência à fundação e administração de novos negócios.

Os resultados deste estudo abarcam comparações totais, explicações nacionais e detalhes relevantes do período de recolha e envolve mais de 300 estudiosos e investigadores. O conhecimento disponibilizado melhora bastante o conhecimento sobre a atividade empreendedora, aperfeiçoando a informação oficial dos países associados.

O GEM (2014) descreve o empreendedorismo como sendo uma ferramenta poderosa para combater a pobreza e reduzir a desigualdade social, salientando que o empreendedorismo voltou a crescer a nível mundial, após a recessão da primeira década do século XXI. Realça ainda os seguintes aspetos ao nível mundial:

- Medo do fracasso: A União Europeia apresenta os piores resultados do mundo ao nível do otimismo sobre as oportunidades de negócios (17,2% na Eslovénia; 18,4%, na Croácia; 19,9% na Grécia; 22,6 % em Espanha e 22,9 % em Portugal).
- Atividade Empreendedora em Fase Inicial Total (TEA): As economias assentes em recursos apresentam melhores resultados do que as que têm maior PIB *per capita*. O



Japão com TEA de 3,8%, e a Itália com 4,4%, têm a menor percentagem de empreendedores em estágio inicial. A média da UE fica pelos 7,8%.

- Internacionalização: Várias economias da União Europeia lideram nas taxas de internacionalização: Luxemburgo (42% das empresas), Croácia (38%), Bélgica (33%) e Estónia (24%).
- Demografia: Globalmente as pessoas mais ativas na atividade empreendedora estão na faixa etária entre 25-35 anos, estando a participação mais equilibrada na América do Norte.
- Mulheres empreendedoras: Os homens são predominantes na atividade empreendedora em fase inicial, e entre as mulheres o receio de fracassar é um pouco maior que a média. Entre as mulheres predomina o empreendedorismo por necessidade.

É de salientar que os resultados alcançados por GEM (1998) citado por Carvalho e Costa (2015) admitem concluir que existe uma conexão estreita acerca do nível de desenvolvimento económico e o tipo de atividade empreendedora, ou seja, os países com níveis similares de PIB/*per capita* evidenciam níveis de atividade empreendedora similar. Os países com níveis de PIB/*per capita* mais baixos têm uma estrutura industrial caracterizada pela prevalência de muitas pequenas empresas, à medida que o rendimento *per capita* aumenta, a industrialização e as economias de escala permitem um estabelecimento de empresas maiores e mais consolidadas, que satisfazem o aumento de procura dos mercados em crescimento, desempenhando um papel relevante na economia dos seus países. Este aumento do papel da economia das empresas maiores está muito associado a uma redução no número de novas empresas, que é, facilmente explicável pelo aumento de emprego estável.

As mesmas autoras esclarecem que à medida que o rendimento aumenta, a atividade empreendedora também aumenta. Neste caso, os indivíduos sentem-se mais seguros e têm mais recursos para criarem o seu próprio negócio, numa atmosfera económica que admite a averiguação de renovadas conjunturas. As autoras afirmam também que nos países com níveis económicos mais elevados, o crescimento do setor dos serviços melhora a diferenciação das necessidades do consumidor, acelera o desenvolvimento tecnológico, e a atividade empreendedora desenvolve novas vantagens competitivas.

### 1.2.2. Perspetiva da *Global Entrepreneurship Development Institute (GED)*

Outra perspectiva de avaliação do empreendedorismo no mundo é facultada pelo GEDI fundado pelas Escolas Económicas do Colégio Imperial de Londres, Escola de Ciências Económicas e Políticas de Londres e Universidade PECS (Hungria), para avaliar a alocação de recursos diversos na promoção do empreendedorismo em cada país, através da produção anual do *Global Entrepreneurship Index (GEI)*, medindo o ecossistema empreendedor de cada país através da combinação de vários dados como por exemplo o reconhecimento de oportunidades, capacidade de arranque e aceitação do risco, medidas institucionais e sociais, incluindo a urbanização, educação e liberdade económica, ajudam a distinguir o autoemprego do empreendedorismo que se replica em iniciativas empresariais inovadoras, produtivas e de crescimento rápido que impulsionam o crescimento económico real.

O relatório apresentado pela *Global Entrepreneurship Network* em 2015 menciona que os países ocidentais com maior poder de compra são os melhores países para o desenvolvimento do empreendedorismo, mantendo a mesma perspectiva para 2016.

O *rating* posiciona nos três lugares cimeiros como melhores países para o empreendedorismo no mundo, os Estados Unidos (86,2%), Canadá (79,5%) e Austrália (78,0%) e nos restantes sete do “top 10” maioritariamente países europeus - Dinamarca, Suécia, Tailândia, Islândia, Suíça, Reino Unido e França. Portugal ocupa a 33.<sup>a</sup> posição, entre a Espanha e a Polónia; o Brasil posiciona-se 92.<sup>o</sup> lugar, entre as Filipinas e o Paraguai.

Para que se possa ter em conta a credibilidade em torno deste “fenómeno”, o relatório analisa o PIB, distribuição de riqueza, a liberdade económica e a paz em 130 países assim como mede a evolução digital e fatores sociais e ambientais.

Uma das alterações mais significativas constantes do referido relatório é a queda do Reino Unido no *ranking* global, passando da quarta para a nona posição, influenciada pelo nível de escolaridade entre os empresários, as variações na concorrência, novos produtos e exportações, enquanto os seus mais diretos opositores tiveram ligeiras melhorias. Considerando que os intervalos nas pontuações mais altas são reduzidos, pequenas mudanças na pontuação de um ano para o outro, podem produzir uma grande mudança no top 10.

O estudo destaca também os principais líderes regionais, com o Chile a liderar na América Latina, a África do Sul na África Subsaariana, os Estados Unidos na América do Norte, a Austrália na região da Ásia-Pacífico, e a Dinamarca na Europa. Por outro lado, enquanto os países líderes têm características empreendedoras semelhantes, o mesmo relatório evidencia o aumento de lacunas entre as nações ao longo da tabela. Isso é particularmente evidente nos PIIGS (Portugal, Itália, Irlanda, Grécia e Espanha) que se distanciaram dos líderes europeus e da franja nórdica, com a Itália na pior posição dos cinco. Por outro lado a América Latina também viu aumentar a sua distância relativamente à América do Norte.

O Índice Global de Empreendedorismo (GEI) é um instrumento bastante útil para políticos e líderes governamentais no mundo inteiro, disponibilizando informação para fortalecer os ecossistemas empresariais e promover o crescimento do empreendedorismo de elevado impacto no desenvolvimento regional.

De acordo com Acs, Et. Al. (2016: s/p), presidente do GEDI e um dos coordenadores do estudo: “Para ser empreendedor, um país não precisa de ter a maioria dos empresários, precisa ter os melhores”, acrescentando que “devemos olhar para os países com ecossistemas ricos em empreendedorismo para descobrir as melhores práticas e fortalecer o ecossistema empreendedor do mundo”, sublinhou.

O GEI classifica mais de 130 países segundo os seus ecossistemas empresariais e também fornece uma forma de se compararem com ecossistemas vizinhos, mostrando por exemplo que países em diferentes regiões têm problemas que precisam diferentes abordagens para o crescimento empresarial, recomendando por exemplo que a região da Ásia-Pacífico se concentrem no aumento das exportações, a Europa ajude na perceção das oportunidades de empreendedorismo, o Médio Oriente e Norte de África ponderem a redução do risco global de negócios, a América do Norte melhore a visibilidade empreendedora nas suas comunidades, a América do Sul, Central e as Caraíbas, invistam no desenvolvimento das novas tecnologias e a África Subsaariana apoie à educação pós-secundária.

Ortmans (2016: s/p), presidente da Rede Global de Empreendedorismo, a organização internacional que promove a divulgação do estudo, frisa que este índice “fornece orientações

e práticas para ajudar os formuladores de políticas, a perceber realmente o impacto e não se limitam apenas a copiar o que está acontecendo do outro lado do mundo”.

### **1.3. Empreendedorismo em África**

África é conhecida pelo seu historial, pela sua beleza paisagística e condições climatéricas mas também e acima de tudo, por conviver com condições sociais desfavorecidas das suas populações. Este continente é o terceiro em extensão geográfica logo depois da Ásia e da América, detendo cerca de 20% da superfície terrestre do planeta com cerca de 30.000.000 km<sup>2</sup>, também caracterizado por ser o segundo continente mais populoso do mundo logo depois da Ásia, com uma população estimada em mais de 1,2 biliões de habitantes, distribuídos por mais de 54 países, em que cerca de 40% fazem parte dos países mais pobres do mundo e nenhum é listado entre os países mais desenvolvidos, sendo ainda visível a diversidade étnica, cultural, social e política no seio das suas populações.

Quanto se faz uma avaliação detalhada sobre o empreendedorismo em África verifica-se que é uma área pouco explorada por ter poucos estudos publicados que pudessem apoiar trabalhos semelhantes ao presente, colaborando com dados, tendências e orientações de comportamentos empreendedores. Apesar deste facto, destacamos pela positiva algumas iniciativas na África Ocidental, que demonstram que nesta parte do continente existe bastante potencial para o desenvolvimento do fenómeno que os coloca numa posição competitiva com outras regiões do mundo, tal como é o caso da realização e da publicação do AEA – *African Entrepreneurship Award* (Prémio de Empreendedorismo Africano) lançado pelo BMCE (*Bank of Africa*) em que terão concorrido mais de 420 propostas tecnológicas na edição de 2015, de empresários provenientes da Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental (CEDEAO). A dimensão deste prémio não é comparável com as anteriores e apresentou dimensão semelhante ao prémio anual de *Silicon Valley*.

Esta realização destinta só foi possível pelo desenvolvimento de condições competitivas semelhantes, com particular destaque para o ambiente de negócios, o aumento da classe média, o surgimento de programas de apoio e incentivos (incubadoras de *start-ups*, mentores de negócios, redes de empresários, etc.) e o fomento da competitividade. Os resultados deste prémio, destacam o Gana com 30% das propostas de negócios sendo este país conhecido

pelas suas Universidades com particular realce para a *Meltwater School of Technology* (MEST) que é uma das incubadoras mais fascinante e prestigiada desta zona do continente reforçando a tese de que as Universidades são uma componente fundamental para o desenvolvimento de ecossistemas empreendedores. O prémio evidencia também o Senegal e a Costa do Marfim que contribuíram com 27% e 12% das propostas, países que já tinham sido referenciados no mesmo ano no *top 10* do relatório «*Doing Business*» do Banco Mundial, devido a melhorias no ambiente de negócios para a realização do empreendedorismo.

Do referido relatório constam igualmente informações sobre os setores mais concorrentes da AEA 2015:

- Educação: 19% das ideias de negócios
- Ambiente/Energia: 15% das ideias de negócios
- Agricultura: 9% dos empresários pretendem investir na melhoria das colheitas agrícolas, setor que representa surpreendentemente 25% do PIB do continente.
- As telecomunicações e as novas tecnologias de informação apresentaram a maioria das ideias, relacionado ao facto do prémio ter incentivado a utilização da tecnologia para solucionar os desafios de África.

No mesmo ano, a *Djembe Communications* (considerada a mais recente agência de consultoria em comunicações no mundo Pan-africano), em colaboração com a *Forbes Insights* elaborou um estudo sobre “Empreendedorismo em África”, com uma pesquisa aplicada há mais de 4 mil cidadãos africanos (oriundos de Angola, Gana, Moçambique e Nigéria) com idades compreendidas entre os 16 e os 40 anos, subordinado ao tema "criação de emprego na África Subsariana: Empreendedores, Governos e Inovação". O objetivo do estudo foi perceber como os jovens destes países vêem o estado do empreendedorismo na região, a criação de postos de trabalho sustentáveis, o aumento das oportunidades e os incentivos existentes para o auto-emprego tal como ocorre atualmente nas economias de inovação.

A pesquisa ambiciosa envolver governos e líderes empresariais numa perspetiva de influencia-los positivamente no exercício das suas funções para responder assertivamente as

exigência e necessidades de desenvolvimento do fenómeno da região, melhorando assim o desenvolvimento económico e social dos países e das populações.

Tal como se referiu Prather (2015: s/p), "um dos temas mais prementes da atualidade em África é a criação de emprego para a população jovem em crescente expansão, é crucial impulsionar as competências empreendedoras dos jovens africanos e ajudar as Pequenas e Médias Empresas (PME's) nos setores chave a criar emprego sustentável". O acentuado crescimento da população Africana, o fraco crescimento do tecido empresarial e consequentemente a oferta de novos postos de trabalho, têm originado um desequilíbrio focalizando os governos em avaliar soluções eficazes para este fenómeno.

#### **1.4. Empreendedorismo em Angola**

Tal como ocorre na maioria dos países da região, o acentuado crescimento da população Angolana sobretudo a camada mais jovem, o fraco desenvolvimento da economia real e a fraca oferta de novos empregos, têm impacto direto na nova tendência do empreendedorismo cujos pesquisadores elevam a sua importância no desenvolvimento socioeconómico sustentável do país.

Os efeitos mais visíveis do empreendedorismo são a forma de inovação, desenvolvimento tecnológico e a geração de novos postos de trabalho. O resultado das ações dos empreendedores contribuem diretamente para a melhoria da qualidade de vida da população gerando novos postos de trabalho, criando oferta diversa de produtos e serviços que é muitas vezes reutilizada por novos empreendedores, recriando, melhorando ou descobrindo novas oportunidades numa inovação anterior.

O padrão sociocultural dos Angolanos demonstra uma atitude tipicamente empreendedora avaliando as diversas formas de o fazer como por exemplo no exíguo comércio familiar na produção e comercialização de gelo, gelados, água fresca, *Kissangua* (bebida tradicional à base de soro), bolinhos de frigideira, pipocas, amendoins normais e também doces e outros produtos desta natureza que mesmo não tendo grande sustentabilidade respondem a necessidade de autoemprego, no entanto sem grande impacto no crescimento económico e geração de empregos para terceiros.

Angola em função do seu historial e hábitos tem tradição no comércio informal, que infelizmente detém grande peso na economia nacional. O executivo Angolano procura inverter esta tendência mas como é óbvio, é um processo que leva tempo. Com a criação do Balcão Único de Empreendedor (BUE) e do Guiché Único do Empreendedor (GUE) o procurou facilitar a transformação do empreendedorismo informal em formal já que, com valores acessíveis e em pouco tempo, passou a ser possível constituir uma empresa.

De acordo com Simão (2009) o empreendedorismo pode fortalecer o setor privado, tendo considerado que o avanço de uma cultura empreendedora no estrato estudantil em Angola facilitará o robustecimento do ramo privado nacional. Todavia ressalta que em Angola, o empreendedorismo tem como objetivo promover atitudes positivas entre os jovens com relação ao trabalho criativo. Sabendo que o empreendedorismo e os pequenos negócios promovem a criatividade, o espírito empresarial e a autoconfiança de modo a incrementar ou promover o auto-emprego, assim como criar as bases empresariais que permitam o desenvolvimento de um setor privado sustentável, contribuirá para reduzir o desenvolvimento irregular das regiões por ausência de quadros empreendedores, ajudando na formação de jovens que procuram soluções e criando emprego.

No entanto, como realça Pereira (2012: 35) um dos aspetos para fomentar o empreendedorismo em Angola, reside na criação de Micro e Pequenas empresas para alavancar a economia nacional e passa pela concessão de micro créditos, que podem ser uma ferramenta importantíssima para a formação e para a utilização do dinheiro e outros aspetos, tais como: liderança, confiança, autoestima, educação e manuseamento de micro empresas, bem como para a inserção de programas que se interessam exclusivamente no concernente ao arranjo da saúde, a planificação da família ou pela organização da produção e distribuição de bens.

### **1.5. Tipologias de empreendedorismo**

Para se compreender o que é ser um empreendedor, usar-se-á dois conceitos/descrições com os quais, depois da análise julgamos enquadrarem-nos melhor nesta temática:

- De acordo com Joseph Schumpeter (1949), economista que deu a conhecer publicamente o termo empreendedorismo “O empreendedor é o agente do processo

de destruição criativa. É o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos mercados e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros“.

- De acordo com Dornelas (2001: 2) empreendedor “é aquele que faz acontecer, se antecipa aos factos e tem uma visão futura da organização, para tal, ser um empreendedor é ser um visionário, um sujeito que procura um benefício que se afaste do normal, que fragmenta modelos, modifica juízos, submete-se aos prejuízos, e demonstra atrevimento para abandonar a sua área de aconchego”.

Entretanto é um fenómeno com bastantes autorias, realçam-se abaixo vários contributos que visam reforçar estes conceitos.

Para as autoras Carvalho e Costa (2015: 28, 29) empreendedor é um indivíduo que nasce com certas características intrínsecas/genéticas tais como: proatividade, iniciativa, assertividade, forte orientação para resultados e compromissos com os outros associados a certos fatores que influenciam este processo bem como o ambiente externo que estimula o comportamento do indivíduo; suas interações com o meio e a sua capacidade de aprendizagem tanto no processamento de deliberações como no processo de ostentação de recursos.

Para os autores Catessamo e Rua (2015: 46) o empreendedor é o indivíduo com diligência para constituir um negócio e possuir destreza por ele; utiliza criativamente os recursos disponíveis; aceita correr determinados riscos e a possibilidade de fracasso.

De acordo com Cafoia (2014:18) o empreendedor é o indivíduo que tem a capacidade de conceber e de concretizar ideias inovadoras com sucesso, através da deteção e aproveitamento de oportunidades.

Em minha opinião como investigador do presente trabalho, empreendedor é um indivíduo com carisma para o negócio, alguém capaz de levar avante uma ideia e transformá-lo em algo concreto, um batalhador, um vencedor!

A tipologia de empreendedorismo que se assiste em Angola não é diferente da descrita em várias teses em relação ao fenómeno, é comumente aceite que existem duas tipologias de



empreendedorismo, sendo ambas de grande importância para o mundo. Na abordagem do ponto seguinte iremos aprofundar as duas tipologias de empreendedorismo (por necessidade e por oportunidade), porém em Angola são visíveis sobretudo sinais de empreendedorismo por necessidade, embora não possamos deixar de evidenciar iniciativas mais formais e ambiciosas que revelam este fenómeno desenvolvendo com caris de oportunidade.

### **1.5.1. Empreendedorismo por necessidade**

Segundo os relatos da GEM (2012) os empreendedores dos estados em vias de expansão, na maioria deles, são pessoas que fomentam seus próprios negócios por falta de opções de trabalho, que permita auto sustentarem-se e sustentarem as suas famílias, muitos deles entregues a sua sorte, pois verifica-se em muitos casos a inexistência de um plano de negócios, o que faz com que vários declarem falência de forma precoce sem que no entanto sua empresa atinja o auge, (Mendes, 2012).

Aliado ao planeamento deficiente, as constantes inovações que o mercado proporciona atualmente e o aumento significativo de concorrentes, ampliam significativamente o risco de insucesso. É bem verdade que não é só neste tipo de empreendedorismo que se identificam casos de insucesso mas é certo que a grande maioria provém dela. Assumindo estes factos, podemos afirmar que o sucesso de qualquer iniciativa empreendedora está relacionada com a busca constante de conhecimento e de inovação, a planificação correta do negócio e a sua estratégia de atuação.

Tal como referimos acima, e olhando especialmente para os vários fatores sociais, podemos assumir que em Angola a maior parte dos empreendedores, arriscam por necessidade. Nessa perspectiva, parece-nos importante que o empreendedor tenha noção básica de alguns aspectos críticos para o sucesso da sua atividade, com destaque para:

- **A sua preparação:** Há maior perigo de insucesso porque o empreendedor avança desmedidamente apenas com uma ideia, em regra, tem maior dificuldade no acesso as instituições e ao crédito, é desejável que após a abertura do seu negócio, faça o esforço de melhorar os seus *skills* básicos de gestão.
- **Fundos próprios:** Regra geral quanto melhor estiver organizado mais facilmente conseguirá obter apoio das instituições e acesso ao crédito. Neste caso poderá iniciar

o seu negócio com os fundos que possui, no entanto para crescer terá logicamente, necessidades financeiras para além dos fundos que dispõe e dos fundos que a atividade vai libertar no curto prazo, logo, novamente é desejável que após a abertura do seu negócio, faça o esforço de melhorar os seus *skills* básicos de gestão, ou procure apoio especializado para melhorar a organização e definir um bom plano de negócios.

- **A sua identificação com a atividade que pretende desenvolver:** Ocorre sempre que o empreendedor visualiza uma atividade rentável, especialmente porque possui necessidade urgente em tê-la, no entanto não tem noção do que está por detrás da mesma. Neste caso, se o empreendedor não gosta do que faz mas tem necessidade de manter, é aconselhável que inove este negócio, a sua experiência poderá servir para definir o futuro e poder adaptar a sua atividade em algo mais atrativo para si.
- **A reprodução da atividade de um concorrente:** Regra geral o sucesso de determinado negócio não circunscreve o sucesso de um novo, inclusive pode limitar ao inverso numa perspetiva em que o novo enfrentará a concorrência que tem melhores conhecimentos no ramo ou inclusive poderá estar a investir num setor já saturado. Recomenda-se foco na inovação, a base do negócio pode ser a mesma mas a forma como o faz pode marcar a diferença.
- **A crença excessiva nas suas capacidades:** O que determina o sucesso de qualquer negócio é o envolvimento do promotor e não apenas as suas capacidades técnicas, logo, deve permanecer focado no envolvimento operacionalmente do negócio.
- **A crença na redução do tempo de trabalho:** Defendem *experts* na matéria que no início de uma atividade o empreendedor deve dedicar 10/12 horas por dia para realizar os objetivos que definiu, logo deve encontrar motivação suficiente para trabalhar mais tempo do que o habitual no emprego ou atividade anterior.

### **1.5.2. Empreendedorismo por oportunidade**

Segundo Dornelas (2008), o empreendedor é o indivíduo que a partir de um diagnóstico (observação), consegue criar um negócio a partir de uma oportunidade que surja em função de uma falha que se verifica. Sendo assim este autor enumera algumas características que um empreendedor deve possuir:

- Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- Recursos utilizados de forma criativa, transformando o ambiente social e económico.
- Assume riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Esta perspetiva direciona-nos ao empreendedorismo por oportunidades ou seja o individuo que é capaz de visualizar uma oportunidade para criar ou inovar um negócio. Este tipo de empreendedor pode possuir outras opções de emprego (distinto do empreendedor por necessidade) mas prefere iniciar um novo negócio, procura informar-se e visualiza onde pretende chegar, têm capacidade de avaliar o risco através de um planeamento prévio, calculam previamente a perspetiva de rendibilidade, empregos que podem gerar e riqueza esperada.

Numa perspetiva mais evoluída do empreendedorismo, este é o tipo de empreendedor que mais se adequa as definições do fenómeno, a perspetiva de sucesso é maior porque decide apenas investir quando se sente confortável através de uma avaliação de mercado.

### **1.6. A inovação como essência do empreendedorismo**

As autoras Carvalho e Costa (2015) descrevem por inovação a capacidade da empresa criar algo novo ou melhorado. Para elas, a inovação poderá ser radical quando se cria algo totalmente novo ou incremental quando se introduzem melhorias num produto ou serviço já existente. Neste sentido não se deve confundir inovação com invenção, a inovação pressupõe a comercialização do produto ou serviço e prevê a existência de um impacto expressivo na disposição de preços, na comunicação de mercado e no rendimento da empresa. Assim sendo, apresentam-se abaixo algumas tipologias de inovação:

- **Inovação de produto:** Transformações na qualidade da produção, com modificação na forma como ele é compreendido pelos clientes, à semelhança do que ocorre com os automóveis com caixa automática em comparação com os de caixa manual.
- **Inovação de processo:** Mudanças no processo de produção que geram geralmente melhorias na produtividade e redução de custos, como ocorre geralmente quando um automóvel passa a ser produzido por *robots* em comparação ao modelo de produção tradicional.

- **Inovação de modelo de negócio:** Alterações no modelo de negócios especialmente na forma como o produto/serviço é oferecido ao cliente, não implicando necessariamente mudanças ao mesmo ou inclusive no processo de produção, mas sim na forma como que ele é oferecido ao mercado, tal como ocorre no modelo de venda automóvel, atualmente pode ser alugado ao consumidor (aluguer de longa duração), que paga uma mensalidade pelo seu uso, com direito a seguro, manutenção e troca por modelos mais novos a cada ano, em comparação com o modelo de negócio tradicional, em que o veículo é simplesmente vendido.

Na dinâmica atual do mercado, até as maiores empresas do mundo são obrigadas a inovar, só a manutenção desta característica permite continuar a ser grande entre os melhores. A inovação constitui-se como uma vantagem competitiva a médio e longo prazo. Segundo as autoras acima referidas, a renovação tem a aptidão de criar qualidade nos produtos e serviços oferecido pelas empresas. Esta é, porém, fundamental nos mercados altamente competitivos onde as empresas têm de gerar fontes de diferenciação para sobreviverem.

Um exemplo na necessidade da inovação constante é a Nokia, durante vários anos foi líder no mercado dos telemóveis, quando os seus concorrentes iniciaram a divulgação da nova geração de telefones, esta empresa ignorou a importância deste desenvolvimento, como consequência perdeu a sua quota de mercado passando de primeiro para uma das marcas menos referidas na atualidade, tendo perdido visibilidade mais rapidamente nos consumidores mais jovens.

Naturalmente que os benefícios da inovação para além de serem essenciais para as empresas, são também para os países e regiões por permitirem que esses territórios aumentem o seu rendimento e emprego e consigam concorrer num ambiente globalizado competitivo. Por este motivo, deverão ser criadas condições que favoreçam esta dinâmica conforme se referem aquelas autoras.

### **1.7. A influência do empreendedorismo no desenvolvimento social**

O empreendedorismo é uma ferramenta importantíssima na promoção do desenvolvimento económico sustentável de qualquer país por permitir a criação de novos negócios, o que por si só fomenta novos empregos, gera vários impostos e proporciona de igual modo a execução

da responsabilidade social das empresas. O autor e empreendedor Ludwing Von Mises (1881-1973) afirmou que “a função de empreender só existe porque não se pode prever o futuro com exatidão”. Esta informação remete-nos para o princípio que o empreendedor realiza sua atividade sem prever o que poderá acontecer com o futuro, podendo ser promissor ou não, (Serafim, 2011).

Carvalho e Costa (2015: 43) enaltecem a importância de se conhecer a atividade empreendedora, bem como, as suas reais características. As autoras realçam a atividade empreendedora no que concerne à criação de emprego, demonstrando que contribuem de forma positiva para o desenvolvimento económico-social (Carree e Thurik, 2005 citados por Carvalho e Costa, 2015). Todavia, referem que o empreendedorismo é fortemente afetado pelas condições locais, regionais, sociais e institucionais do país ou região.

De acordo com a OCDE (1998, citado por Carvalho e Costa, 2015) o empreendedorismo pode ser assumido como o resultado de três dimensões que se interinfluenciam:

- Condições estruturais adequadas
- Programas de governação bem delineados
- Atitudes culturais favoráveis

A referida organização assume que o empreendedorismo e a formação de empresas desempenham um papel estrutural e dinâmico nas economias em termos de desenvolvimento regional.

Relativamente a esta questão, salienta-se também o estudo realizado pelo (GEM iniciado em 1998, citado por Carvalho e Costa, 2015) cujo objetivo principal foi perceber o impacto do empreendedorismo no crescimento económico dos países. As autoras, ao relatarem este estudo pressupõem que o empreendedorismo está associado à adaptação ou mudança dos sistemas económicos. Neste contexto, foram identificados três mecanismos que podem contribuir para estas mudanças:

- Criação de novas empresas:
- Reorientação das empresas existentes face a objetivos empreendedores
- O relacionamento das infraestruturas institucionais nacionais

De acordo com este raciocínio Reynolds e White (1997) citados por Carvalho e Costa, (2015), enaltecem que a atividade empresarial fomenta a formação de negócios recentes, acautela a decadência de postos de trabalho e favorece o incremento económico. Estes autores frisam que o dinamismo das economias permite o nascimento e morte de empresas como um processo dinâmico, ficando os países dependentes do saldo positivo deste processo, bem como do valor acrescentado gerado por negócios inovadores.

### **1.8. O ambiente e sua influência no empreendedorismo**

Para a dinamização do empreendedorismo é reconhecida a importância do ambiente, países e regiões devem criar condições e infraestruturas que facilitem o desenvolvimento do empreendedorismo, e, por sua vez, a atividade empreendedora (Carvalho e Costa, 2015). O empreendedorismo poderá assim ficar dependente da existência de um conjunto de condições, tais como, a presença de recursos humanos qualificados, recursos financeiros, educação e formação de pessoas qualificadas, infraestruturas (redes de telecomunicações, transportes, parques industriais e tecnológicos, incubadoras, legislação comercial e de trabalho adequada, igualdade de oportunidades, sistema fiscal favorável, comércio livre, eficácia na transferência de conhecimento e de tecnologia, entre outros. Sendo que os elementos e características da estrutura económica local e regional (trabalho, indústria e características sociais) contribuem para explicar as variações geográficas em termos de taxas de prevalência de atividade empreendedora e de inovação.

Assume-se que sem recursos e sem políticas bem definidas não existe ambiente favorável para o desenvolvimento do empreendedorismo, apesar de poder existir boa vontade de alguns líderes estimularem o fenómeno. Assim julga-se primordial que os governos foquem a sua estratégia na criação do meio, de políticas, normas e procedimentos que estimulem a criatividade nos empreendedores e nas empresas.

Entende-se ainda que podem ser criados ecossistemas empreendedores, os que se constituem como ideais para o empreendedorismo e inovação. Nestes locais de proximidade entre empresas e outros atores que favorecem o processo empreendedor (instituições de ensino superior, entidades públicas de suporte ao empreendedorismo, tais como, gabinetes de apoio ao empreendedorismo, oficinas de transferência de inovação e conhecimento, etc.) pois permitem utilizar fontes de informação, trabalho qualificado, tecnologia e capital.

Entretanto, existem locais mais desfavorecidas ou rurais ainda não desenvolvidos, onde a inovação e a tecnologia não estão associadas à cultura local, tornando-as menos competitivas.

Outro autor que dá certa relevância ao ambiente externo favorável ao empreendedorismo é Cafoia (2014: 28,29) que partindo de citações como “O pior cego é aquele que não quer ver”, “Ver mais do que um palmo á frente do nariz”, “O dinheiro fala todas as línguas”, ou ainda “Quem tem boca vai a Roma” procura explicar o fenómeno afirmando que qualquer atividade nascente vai conviver dentro de uma economia que hoje para além de ser regional ou nacional, também é global. Por outro lado salienta que uma micro-unidade, como é a empresa a criar, deve conhecer o ambiente por onde se vai mover, podendo este, ter dois níveis, um que contacta diretamente com a empresa (no fundo o setor da atividade da empresa onde têm máxima importância os clientes e os concorrentes), e outra que é mais exterior (constituída pela superestrutura económica, política, demográfica, legal, cultural, religiosa, etc.) e mesmo assim ainda muito influente e condicionador do ambiente.

Continuando, o referido autor afirma que existem negócios que pelas suas especificidades pedem análises meramente locais ou regionais, mas dada a globalização integrada das economias, às análises gradualmente mais largas e alargadas são também cada vez mais essenciais.

Assim sendo, abaixo apresentamos alguns ecossistemas desenvolvidos por *Babson College* citado por Carvalho e Costa (2015):

- **Capital humano:** Analisa aspetos como a percentagem de aumento da população, a organização etária e as suas classificações;
- **Empresas e mercados:** Analisa a ação empresarial local, setores essenciais, os meios de partilha favoritos, o acesso de novas empresas ao mercado, entre outros;
- **Apoio financeiro:** Analisa a acessibilidade ao capital e meios financeiros por parte dos empreendedores abarcando aspetos como o micro crédito ou o capital de risco;
- **Cultura empreendedora:** Analisa as regras urbanas vigentes, relativas à postura diante do empreendedor ou da condescendência ao prejuízo;

- **Infraestruturas e serviços de apoio:** Identifica e analisa auxílios ao empreendedorismo presentes na área, onde se abarcam entre outros, lugares de preparação de empresas, gabinetes de apoio, serviços de consultoria, etc.
- **Políticas e programas:** Considera-se a abordagem ao empreendedorismo e a maneira como se representa em projetos de ajudas palpáveis.

Porter (1990 citado por Carvalho e Costa, 2015) propôs um modelo que permite ajudar a compreender por que razão algumas nações são mais competitivas que outras. Este modelo pode ser usado para analisar as condições externas que promovem o empreendedorismo. O mesmo concede particular ênfase ao ambiente externo e a importância das políticas governamentais, implícitas ou explícitas, na definição dos fatores que determinam a competitividade: fatores de produção (recursos humanos, materiais, conhecimento, capital e infraestruturas), ambiente empresarial, estratégia, concorrência e indústrias de suporte. Aquele autor afirma que o processo de crescimento e desenvolvimento económico pressupõe interações entre empresas, com instituições locais e com outros atores ao nível local regional e nacional.

Finalmente, relembrar os ensinamentos de Drucker (2005), segundo a qual “A administração empreendedora exige uma administração diferente daquela que existe. Há necessidade de que todos os empreendedores com determinação tomem decisões sobre seus próprios papéis e seus próprios compromissos”.

### **1.8.1. Ambientes regionais**

Numa dimensão que associa empreendedorismo e desenvolvimento regional, alguns autores (Lee, et al., 2004 citados por Carvalho e Costa, 2015) propõem uma perspetiva que liga o empreendedorismo a fatores sociais e psicológicos. Estes fatores estão positivamente associados com ambientes regionais que promovem a diversidade e a criatividade, segundo as autoras, as características sociais de uma região podem estar associadas ao empreendedorismo e a constituição de empresas. Assim, a criatividade, a diversidade e o capital humano influenciam a inovação regional.

Os indicadores mais comuns para medir a criatividade de uma região, são:



- **Melting Pot Index:** Rácio calculado entre a população residente nascida no estrangeiro e à população residente (%), realçando por um lado que a presença de imigrantes não significa que a população residente seja tolerante, mas por outro, o papel dos *outsiders* é também um aspeto crucial na ótica do desenvolvimento urbano e regional, na medida em que a sua presença significa uma maior abertura ao exterior;
- **Gay Index:** Índice de população calculada a partir dos agregados domésticos em que um membro é um parceiro não casado e do mesmo sexo;
- **Bohemian Index:** Relacionado a profissões artísticas (autores, *designers*, músicos, compositores, artesãos, pintores, escultores; fotógrafos; bailarinos; artistas, artes performativas e similares);
- **Tecnologia:** Mede a localização da indústria de alta tecnologia na região;
- **Talento (*talent Index*):** Mede o índice da população com elevado nível de instrução (% ou %) licenciados, mestres, doutores, podendo utilizar duas medidas adicionais de talentos técnicos e profissionais; cientistas e engenheiros;

Outro grupo mencionado pelas autoras acima referenciadas é o de indicadores relacionados com equipamentos e serviços na região:

- **Índice de oportunidade cultural:** Calculado a partir do peso da população empregada em atividades de consumo de classe criativa, incluindo restaurantes, bares, rádio, televisão, cinemas, galerias, museus de arte, entretenimento, bibliotecas, arquivos públicos, museus, outras atividades culturais e desporto, belas artes e grupos musicais, etc.;
- **Coolness fator:** Percentagem da população dos 23-29 anos, na diversidade neste estrato etário, vida noturna (nr. de bares, discotecas, etc.);
- **Índice de prestação de serviços públicos:** Avalia a prestação de trabalhos solenes nos ramos da educação e da saúde a partir do mal-estar na região do pessoal ao serviço nestes ramos;
- **Indicadores relacionados com as oportunidades de emprego, dinâmica económica e atmosfera urbana;**
- **Taxa de crescimento do emprego num período temporal de 10 anos;**

- **Densidade populacional**

Todos estes fatores deverão ser avaliados para medir o ambiente empreendedor da região.

### **1.9. Políticas públicas de promoção ao empreendedorismo**

A criação de um ambiente empreendedor e de uma cultura favorável ao empreendedorismo pode ser incentivada por um conjunto de políticas públicas, destacam as autoras Carvalho e Costa (2015), que algumas destas políticas estimulam a criação de empresas, a criação de valor e a inovação visando a promoção de impactos positivos sobre o crescimento económico. Por outro lado, as políticas públicas também se justificam pela geração de postos de trabalho e melhoria das condições de vida dos empreendedores mas também algumas pelo seu carácter social.

Por outro lado, tal como se referiam as autoras acima podemos agrupar as diretrizes que influenciam a atmosfera de negócios, nas seguintes:

- **Políticas de regulação:** Estas políticas, regra geral, podem influenciar positivamente o ambiente empreendedor e podem ser: as regras de entrada e saída das empresas; a legislação laboral e comercial; regulamentação relativa à propriedade intelectual; legislação tributária e impostos; regimes de insolvência empresarial; regulação do sistema financeiro e taxa de juro, etc.
- **Políticas de estímulo:** Promovem a atividade empreendedora e podem agrupar-se nas seguintes: cultura e educação empreendedora; progresso industrial e de infraestruturas de suporte (parques tecnológicos, incubadoras, etc.); programas que promovem a mudança, investigação, expansão e transferências de conhecimento e de tecnologias; projetos de estímulo à cosmopolização, e incremento do ingresso ao empreendedorismo por agremiações sub-representadas (étnicos, mulheres, etc.).

Abaixo apresentam-se alguns exemplos de programa de promoção do empreendedorismo em Portugal que acreditamos serem viáveis em Angola com algumas adaptações:

- Alargamento das competências da população, incluindo os jovens e os estratos da sociedade desamparada, das empresas e da governação pública;

- A ação da mudança, nomeadamente ao estado de rendimento, métodos e tecnologia de maneiras a impulsionar a competitividade das empresas;
- O incentivo ao empreendedorismo, fomentando um teor propício ao aparecimento de projetos empreendedores e ao seu êxito;
- A divulgação desta finalidade por intermédio de apropriadas ferramentas de custear, com uma partilha justa dos meios financeiros disponíveis pela criatividade da soberania.

Parece-nos importante que para decisões relacionadas com as políticas públicas de promoção do empreendedorismo, os governos considerem importante a definição de políticas adaptáveis as necessidades das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME's), já que estas têm forte participação na constituição do PIB, no aumento da oferta de postos de trabalho e no equilíbrio das desigualdades sociais.

À semelhança do que ocorre em Portugal, em Angola existe um organismo público encarregue de facilitar o empreendedorismo e a inovação das MPME's: O INAPEM – Instituto Nacional para as Pequenas e Médias Empresas, tem como incumbência impulsionar a competitividade e o crescimento empresarial, dispondo-se para auxiliar as mudanças no empreendedorismo e no investimento empresarial, nas empresas que executem a sua atividade nos ramos sob tutela do Ministério de Economia e Finanças, com exceção do setor do turismo, nomeadamente nas empresas de pequena e média dimensão.

### **1.10. Avaliação do empreendedorismo**

A identificação de métricas adequadas ao empreendedorismo tem vindo a constituir-se como um desafio, surgindo na literatura diversas propostas (Carvalho e Costa, 2015). As autoras manifestam o propósito de que, a construção de indicadores justifica-se, em parte, pelo contributo que estas métricas podem dar à avaliação de desempenho e aplicação de políticas públicas, bem como, no suporte às autoridades nacionais ou regionais no desenho ou execução de estratégias territoriais de desenvolvimento do empreendedorismo. Neste sentido, a construção de indicadores vai permitir medir e comparar o desempenho, os esforços e os resultados globais decorrentes da política de promoção do empreendedorismo.

Tabela 1 - Indicadores de empreendedorismo:

Indicador	Descrição
Empresas criadas	Empresas criadas sobre as empresas já existentes.
Crescimento do emprego	Variação anual global e por setor de pessoas empregadas.
Taxa de sobrevivência de empresas criadas	Empresas criadas no ano n que ainda existem no ano n+3.
Emprego criado pelas empresas novas	Número de pessoas empregadas em novas empresas (ano n) e nas empresas sobreviventes (n+3, n+2, n+1) em relação ao número de pessoas empregadas em todas as empresas em atividades (no ano n).
Preferência pelo Autoemprego	Comparação entre o número de pessoas que preferem trabalhar por conta de outrem e por conta própria.
Iniciativa empresarial	Indivíduos que pretendem criar uma empresa. Incidência de empresários (proprietários e trabalhadores por conta própria)/atividade empresarial.
Dinamismo empresarial	Porcentagem de entrada e de saída das empresas. Expansão das empresas e do emprego nas empresas. Propensão para o risco/receio de falhar.
Criação de emprego	Taxa de criação de empresas. Número de empregos criados
Demografia empresarial	Saldo entre empresas “nascidas” (I) e “mortas” (II). Saldo demográfico = (I) – (II)

Os indicadores mais utilizados referem-se à criação de empresas, à sua sobrevivência, ao número de empregos criados e o auto emprego. Estes indicadores podem ser limitados, sendo relevante medir a criação de emprego resultante da criação de novas empresas, a sua sobrevivência e crescimento e a variação do número de empresas entre os vários tipos de indústrias. As autoras frisam que existem ainda alguns indicadores associados à inovação que, por vezes, também são associados ao empreendedorismo, principalmente tecnológico: número total de patentes e o número de patentes de alta tecnologia.

Pode-se encontrar a nível internacional alguns estudos que identificam um conjunto de indicadores aplicados à mensuração do empreendedorismo, com destaque:

- *Entrepreneurship Barometer*: Estudo desenvolvido para a Comissão Europeia que efetuou questionários por telefone, a indivíduos residentes na União Europeia, EUA, Noruega, Islândia e Liechtenstein, orientado para avaliar a motivação pessoal e incluiu um conjunto extenso de indicadores para medir o número de pessoas que preferem ser empregados ou patrão, que já pensaram em avançar com um negócio,

que já criaram uma empresa; que estão a pensar ou estão a criar uma empresa; melhor local para aprender a gerir um negócio e dificuldades de criação de empresas.

- Comissão Europeia: Identificou um conjunto de indicadores que serão visualizadas na tabela 2 abaixo e que descreve esses indicadores de forma sucinta. Existem ainda indicadores no “painel da política empresarial”, da Direção Geral de Empresas que visam monitorizar o ambiente empresarial nos países da União Europeia, fornecendo informações acerca da performance dos países em áreas específicas. Este Painel define 21 indicadores agrupados em 8 áreas diferentes: acesso a financiamento, ambiente regulador e administrativo, mercado aberto, empreendedorismo, recursos humanos, difusão de inovação e conhecimento, novas tecnologias de informação e comunicação e desenvolvimento sustentável.
- Eurostat: Fornece indicadores dos países da Comissão Europeia, dividindo em três grandes linhas de ação: indicadores estruturais, euro-indicadores e indicadores de longo prazo (economia, ecologia e atividades empresariais). Nas estruturas empresariais destacam-se as várias áreas de atividade; setores de atividade empresariais; ciência e tecnologia; agricultura, floresta e pesca, os quais podem ser relevantes para as métricas do empreendedorismo.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE): No âmbito do projeto intitulado “*Benchmarking Business Policies*” propõe três tipos de indicadores ligados ao empreendedorismo: de desempenho, de segundo nível e de política. Porém, mais recentemente a OCDE e a Eurostat criaram indicadores conjuntos com o objetivo de medir o empreendedorismo que assentam em três elementos essenciais que impressionam o aperfeiçoamento empreendedor, sendo reconhecidas três ramos que os agrupam: (1) o panorama fidedigno; as conjunturas de mercado; o ingresso ao custeamento; a averiguação e aperfeiçoamento; as aptidões empreendedoras e a cultura; (2) o aperfeiçoamento empreendedor, que ambiciona avaliar as ações que acarretam a observância de um destinado objetivo; (3) os resultados, que traduzem o “valor” criado pelo empreendedorismo, sobretudo, de modos a gerar emprego, incremento económico e diminuição da penúria. Para medir o aperfeiçoamento empreendedor a organização concetual reconhece seis indicativos relevantes com focagem em três grandezas diferentes – empresas, emprego e riqueza, correspondente a tabela abaixo:

Tabela 2 - Estrutura conceitual dos indicadores da performance empreendedora:

Aperfeiçoamento empreendedor – Indicadores		
Sobre empresas	Sobre emprego	Outros
Taxa de natalidade das empresas com pelo menos uma pessoa remunerada	Taxa de empresas de elevado crescimento em função do emprego	Taxa de empresas de elevado crescimento em função do volume de negócios
Taxa de mortalidade das empresas com pelo menos uma pessoa remunerada	Taxa de empresas jovens de elevado crescimento em função do emprego	Taxa de empresas jovens de elevado crescimento em função do volume de negócios

Fonte: OCDE citada por Carvalho e Costa (2015)

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*: tem por objetivo medir o impacto do empreendedorismo no crescimento económico nacional e neste sentido identifica alguns indicadores passíveis de medir a atividade empreendedora de uma região ou país: O TEA (*Total Entrepreneurship Activity*) determina o número de pessoas em idade ativa que iniciam um negócio e o FEA (*Firm Entrepreneurial Activity*) indicador da atividade empreendedora aplicado a empresas já existentes. Mais recentemente, foi criado ainda um outro indicador no Reino Unido o SEA (*Social Entrepreneurship Activity Index*) que abarca o empreendedorismo social, e que refere-se a qualquer tentativa de criação de novos negócios ou empresas, com auto emprego, criação de uma nova organização ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo ou grupo de indivíduos, ou o estabelecimento de negócios com objetivos sociais ou comunitários. Todavia convém esclarecer que o GEM baseia-se num modelo conceitual que tem vindo à evoluir ao longo do tempo, e que em traços gerais estrutura-se em três princípios primários. Primeiro centra-se na explicação das razões que justificam diferenças de crescimento entre economias. Em segundo lugar, considera que o processo económico ocorre num local estável em termos de contexto político, social e histórico. Por último, são considerados dois mecanismos como recursos primordiais para o progresso económico nacional, que refletem, respetivamente, o papel das grandes empresas existentes que promovem a representação nacional no mercado internacional e o papel do empreendedorismo na

criação e crescimento de novas empresas, o qual está relacionado com um conjunto de fatores contextuais referidos como condições empreendedoras.

Abaixo apresenta-se as distinções feitas pelo GEM em relação aos empreendedores sociais:

- Está a pensar criar alguma empresa, serviço ou iniciativa de carácter social, voluntário ou comunitário;
- Está a gerir alguma empresa, serviço ou iniciativa de carácter social, voluntário ou comunitário.

Em suma, existem várias métricas para avaliar o empreendedorismo no mundo, são divergentes de acordo com as realidades de cada região ou até da visão da entidade que define as métricas a avaliar, contudo todas contribuem para uma visão global da atividade empreendedora no mundo.

### **1.11. Empreendedorismo e recursos**

Ao abordar estes dois temas em paralelo podemos ser desviados para a necessidade mais comum, a de recursos financeiros, entretanto no estudo do empreendedorismo destaca-se conforme referimos anteriormente, a criação dos planos de negócios para avaliar a decisão de investimento, apesar de ser notório que na sua preparação, com a simples manipulação de números, todos os projetos se tornam viáveis. Como bancário defendo que quando analisamos um plano de negócios não existem muitas dúvidas quanto a decisão favorável de crédito, mas na prática, não é bem assim. O Capital é obviamente importante entretanto se fragmentarmos com prudência os fatores de sucesso da maior parte das iniciativas empreendedoras constataremos que não surge como fator decisivo, outros fatores como por exemplo a auto motivação do empreendedor podem ter grau de importância mais elevado.

É comummente aceite que os empreendedores de sucesso devem ter noção bastante clara de três tipos de capitais necessários:

- Humano: Aptidões, instruções, capacidades e qualidade de carácter que auxiliam a execução de tarefas de forma a reforçar importância económica.

- Social: Conjunto de regras que fomentam firmeza e mutualidade na economia. É organizada por redes, estruturas sociais e pela segurança partilhada entre os indivíduos, resultado de sua apropriada interação social.
- Financeiro: Representado por rubricas, coações, diplomas e outros documentos ajustáveis e rapidamente convertíveis em dinheiro.

Em nossa opinião, o capital humano é elementar e pode ser obtido através de vários canais disponíveis e que com a globalização, passaram a ser de mais fácil acesso. Atualmente o empreendedor dispõe de varias estruturas já constituídas, de especialistas, de promulgações do setor, da internet, da sua prática e de outros membros da equipa, o que adicionado a disponibilidade para extensas horas de pesquisa, investimento em comunicações e curiosidade, permitem replicar as melhores práticas internacionais. Este está intrinsecamente interligado ao capital social.

Como referimos anteriormente, o capital financeiro não é o mais importante, no entanto é parte integrante do sucesso de um empreendedor e a sua identificação requer:

- Perspicácia: facilidade para compreender algumas coisas ou seja, quem entende com facilidade o que a maioria das pessoas acha difícil de perceber.
- Boa capacidade de julgamento: avaliar considerando uma série de fatores ou provas para a formação de uma decisão pertinente.
- Paciência: saber esperar o momento certo para avançar sem ansiedade excessiva.

De acordo com vários autores e com base na experiência do pesquisador, julgamos que a combinação perfeita dos dois primeiros possibilitam conquistar o terceiro, os recursos humanos dizem apreço ao capital próprio do empreendedor e abarca, entre outros o saber. A grande incógnita é o empreendedor conseguir perceber qual o capital que deve ser perseguido em ordem prioritária.

### **1.12. Empreendedorismo, uma paixão**

De acordo com Trigo (2003, p.15), a paixão é um recurso crítico por intermédio do qual o empreendedor adquire a força criadora imprescindível ao sistema de recrutamento de recursos acarretando tudo o que é essencial para acautelar o êxito de um programa fascinante



que irá cativar investidores, outros abastecedores de recursos e também utilizadores ou clientes. Se o empreendedor não acredita no futuro da sua empresa, quem acreditará? Ora, esta paixão do empreendedor é um recurso crítico pois dele depende a motivação para insistir, persistir e não desistir. Esta capacidade fará com que investidores, fornecedores, parceiros, entidades, colaboradores e clientes, acreditem e ajudem a viabilizar a sua iniciativa. Tal como a auto motivação, a penetração, boa habilidade de decisão, e tolerância são igualmente determinantes para o sucesso.

A autora afirma que para que não sobrem incertezas, compreende-se por recursos os ativos palpáveis e intocáveis abrangidos na atividade de uma empresa de forma relativamente ininterrupta. A sua disposição é heterogénea e elege o alicerce sobre a qual alcançarão determinados planos para o produto ou mercado: Competências tecnológicas criadoras, presença e disponibilidade de vias de distribuição, licenças ou patentes, rede de clientes, administração, trabalhadores interessados, ou localização favorecida. São fatores fundamentais para o progresso do negócio, porém, o excesso de autoconfiança do empreendedor pode leva-lo a pensar que são recursos secundários, fáceis de angariar ou de executar por ele próprio e, portanto, não merecedores da sua atenção numa primeira fase, o que pode determinar o seu insucesso, (Trigo 2003, p.15).

É dado assente que o empreendedorismo é uma atividade que deve ser desenvolvida de forma participativa, fortificasse de forma abrangente e não isolada. De igual modo, o empreendedor deve ser um indivíduo criativo, com capacidade para construir, inspirar e fortalecer equipas, pois que ao investir em equipas podem resultar no surgimento de talentos, podendo esses fortalecer a sua paixão pelo negócio, como afirmam conceituados autores.

A capacidade intuitiva de cada empreendedor joga um papel central no seu sucesso porquanto deve tomar decisões ponderadas em prol do objetivo que traçou.

### **1.13. Empreendedorismo e financiamento**

Tal como referimos anteriormente, os recursos financeiros não são os únicos indispensáveis ao desenvolvimento do empreendedorismo, no entanto têm um papel fundamental.

Uma das questões que qualquer empreendedor tem em mente na fase embrionária é a necessidade de fundos financeiros, perspetivando a existência de programas de apoio financeiro.

Logicamente o acesso a fundos alheios passa por uma boa estruturação da ideia do promotor, especialmente para *start-ups* em função da sua tradicional taxa de mortalidade, os financiamentos normais (sem intervenção do estado), são muito focados ao risco, logo, mais exigentes com o promotor, com o projecto e com as garantias. A banca só financia se estiver confortável com o projeto, e isto passa pela elaboração de um plano de negócios com qualidade, tal como referimos anteriormente, para além da experiência e *know how* dos promotores ou no mínimo dos gestores do projeto.

O executivo Angolano tem ao longo do tempo introduzido um conjunto de estímulos fiscais ao investimento e da execução de distintas melhorias económicas visando estimular o crescimento do setor privado no país. Tal como referimos acima, o empreendedorismo é reconhecido atualmente, essencial para o desenvolvimento sustentável da economia nacional já que os empreendedores fomentam a inovação e a competitividade, permitindo mudanças estruturais na economia especialmente melhorando a sua produtividade.

Baseando-nos nas ideias de Bianchi (2010) em torno do crédito que é concedido pelas instituições financeiras, compreendemos que este só gera equilíbrio quando é disposto aos empreendedores e que um número considerável deles consegue dar início ao seu próprio negócio de tal forma que os seus propósitos sejam evidentes, demonstrando que o capital originário do crédito concedido foi investido de forma eficiente. Igualmente reconhecemos que a implementação do empreendedorismo e da simplificação do acesso crédito é mais evidente nos países desenvolvidos do que nos países em desenvolvimento, uma vez que nos primeiros os governos apostam claramente num ambiente de negócios facilitador do desenvolvimento do fenómeno, inclusive proporcionando auxílio as empresas através de ajuda financeira e através de outras infraestruturas de apoio, (Latha & Murthy 2009).

A banca Angolana disponibiliza uma vasta oferta de crédito, porém a predisposição para correr riscos é cada vez menor por um lado em função do agravamento do incumprimento na banca que supera os 30% do capital emprestado e por outro, por disporem de instrumentos com maior rentabilidade e menor risco que concorrem diretamente com a concessão de

crédito (emissão de dívida pública com taxas e outras condições apetecíveis como é o caso da Obrigações de Tesouro Indexadas ao Câmbio do USD).

Os empreendedores clamam com frequência sobre o acesso a crédito bancário, os custos associados e ao excesso de burocracia, do lado oposto, a banca de forma generalizada sustenta que a falta de preparação de grande parte dos empreendedores está na origem das indecisões de financiar, agravando-se com a crise financeira nacional e internacional já que os mercados estão mais voláteis obrigando-os a ajustar as metas de negócio e prioridades financeiras e estratégicas. Uma terceira parte interessada, numa perspetiva não muito diferente dos primeiros, líderes de associações empresariais e afins defendem que o maior entrave ao desenvolvimento do empreendedorismo está relacionado as exigências da banca, tanto ao nível de burocracias como das garantias exigidas.

É certo que o desenvolvimento financeiro pode incitar o desenvolvimento económico de várias formas, o mercado de crédito pode ser mais ou menos bem-sucedido dependendo do país onde se desenvolva ou relacionado as instituições inerentes e aos grupos de interesse. Genericamente a maior dificuldade das MPME's é a obtenção capital, quer via empréstimos quer via capitais próprios dos investidores.

Para salvaguardar a sua necessidade financeira, as MPME's podem recorrer a financiamentos bancários, no entanto, em Angola a banca procura financiar a curto prazo em função dos vários riscos de mercado, o que de certa forma contraria a necessidade e expectativa dos empreendedores. A maioria das empresas no início da sua atividade necessitam de capital, não o podendo obter na banca, a alternativa seria obtê-lo no mercado de capitais que infelizmente em Angola ainda não está disponível nesta perspetiva e quando estiver, certamente responderá primariamente as necessidades das grandes empresas e empreendedores.

Schumpeter (1912) afirmou que o processo de desenvolvimento económico é determinado por dois fatores, que os considera de endógenos. O primeiro refere-se ao processo de produção e abrange as mudanças inseridas pelos empreendedores; mudanças estas que podem resumir-se na execução de um novo produto, a adoção de uma nova estratégia de produção ou a abertura de novos mercados. O segundo é a geração de dinheiro, pelos bancos, através da concessão de crédito.

Sabe-se que o crescimento económico é um facto memorável que ocorre nos países após efetuarem reformas capitalistas e é qualificado pela ascensão produtiva e pelo incremento da renda *per capita*, em simultâneo com o processamento de aglomerado de capital e de inclusão de progresso técnico. Por essa razão o autor descreve a necessidade da inovação contínua por parte dos empreendedores, permitindo a criação de novos instrumentos de pagamento e o incremento da oferta de crédito, que deve ser oriundo de novos empreendedores principalmente daqueles que não possuem meios de produção, (Drucker, 2005).

Em muitas conjunturas o crédito bancário é tido como um instrumento que auxilia para que a produção seja retirada de empresas existentes e seja entregue a novos agentes económicos para persistirem com a mudança (Schumpeter 1912, pp. 69, 70), em Gian Carlo Bertocco (2008).

O *feedback* positivo ou negativo dos bancos condiciona o surgimento e o desenvolvimento de muitas empresas, no entanto pode ser contraposto por negociantes competentes para ingressar com o capital de ações essenciais, o chamado capital de risco, uma vez que as MPME's particularmente apresentam grande risco. É o que fazem os chamados *business angels*, emblematicamente empreendedores com experiência no mercado e, como tal, têm prática na projeção de um negócio próprio, percebem os embaraços intrínsecos e tiveram sucesso em ultrapassá-los, estando preparados para auxiliar novos empreendedores na efetivação da sua própria visão.

De acordo com Ricardo Luz (2009), os *business angels* são indivíduos que investem de forma profissional, diretamente ou através de sociedades veículo, no capital das MPME's com forte potencial de valorização, são “capitalistas de risco individuais” que cobrem necessidades de financiamento nomeadamente em projetos de *seed capital* e *start-ups*, e podem ser:

- *Business Angels* com experiência profissional, empresários ou executivos de grandes empresas;
- *Business Angels* de rendimento financeiro, indivíduos com fortunas;
- *Business Angels* empreendedores, que resistiram nas suas iniciativas são disponíveis para acreditar em quem acredita em si e nas suas capacidades;

É um facto incontornável que muitos dos empreendedores enfrentam dificuldades enormes para aceder ao crédito para financiar seus projetos, regra geral acabam por recorrer a pessoas singulares, ao invés de procurarem conhecer o meio envolvente e as ideologias subjacentes ao mundo do crédito. Assim sendo, muitos empreendedores iniciam os seus projetos com o financiamento proveniente de amigos, familiares, e outras pessoas próximos do empreendedor, apesar da sua informalidade, representam a fonte de financiamento como mecanismo único, sendo este, porventura, o método mais seguro de obtenção dos primeiros recursos (Saraiva, 2011).

No entanto, apesar dos empreendedores afirmarem que o acesso ao financiamento é normalmente o maior impedimento para o arranque dos seus projetos, é visível que as melhores ideias acabam quase sempre por vingar por conseguirem financiamento quer seja este via bancária ou não, acreditamos que apesar de algumas destas boas ideias arrancarem com algumas limitações, empreendedores que apresentem segurança nos seus projetos, estimulem confiança através de ideias bem estruturadas e têm maior probabilidade de vingar.

#### **1.14. Políticas e programas públicos de fomento ao empreendedorismo**

Ao avaliarmos o empreendedorismo é importantíssimo abordar o papel das MPME's, fundamentalmente na geração do PIB, tanto para os países desenvolvidos, nos países em via de desenvolvimento, ou até mesmo nos países subdesenvolvidos.

De acordo com (IFC, 2007) citado por Gomes, Alves e Fernandes (2013), as MPME's representam mais de 98% do total das empresas, mais de 60% do emprego e cerca de 50% do PIB nas economias desenvolvidas. Por outro lado, nas economias menos desenvolvidas as MPME's empregam pouco mais de 30% da força de trabalho e representam pouco mais de 10% do PIB, daí a razão de fazer-se referencia as MPME's a par do empreendedorismo.

Entretanto, as economias dos diversos países têm comportamentos diferentes por estarem em estágios diferentes conforme se descreve de seguida:

- Estágio movido por fatores de produção, marcado por uma economia agrícola e empreendedores estilo de vida, onde os países são caracterizado pela produção de *commodity's* e produtos com baixo valor agregado e grande parte das empresas são manufatureiras e pequenas de serviço.

- Estágio movido pela eficiência, os países tem que explorar economias de escala o que favorece a concentração industrial.
- Estágio movido pela inovação, as economias passam a ser fortemente caracterizadas por atividades intensivas em conhecimento o que fortalece o empreendedorismo.

Conforme já referimos o empreendedorismo tem impacto significativo no desenvolvimento económico de forma geral, por essa razão cada estado deve definir políticas à medida das suas necessidades e prioridades. Paralelamente, é importante frisar que as economias no estágio de inovação tendem a reforçar mais as suas políticas de fomento ao empreendedorismo do que no estágio de eficiência, entretanto elas existirão em qualquer um dos estágios. Na mesma linha de pensamento, as economias no estágio de inovação tendem a usar menos instrumentos de políticas de MPME's do que os que se encontrem no estágio de eficiência, com a tendência sempre para incentivar grupos, setores ou regiões em específico.

Para clarificar esta temática, é importante perceber a essência de criação de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, para tal destacamos duas questões importantes:

- O papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico.
- A necessidade e o objetivo das políticas públicas no desenvolvimento do empreendedorismo

É importante referir que as MPME's têm um papel importante na criação de empregos, crescimento económico, diminuição das desigualdades sociais e inovação. Esta ideia realçada por Schumpeter tem sido estudada por diversos autores (Holtz-Eakin e Kao, 2003; Newberry, 2006; Luetkenhorst, 2004; Raynard e Forstater, 2002 citados por Gomes, Alves e Fernandes, 2013) que apontam para uma correlação positiva entre a incidência da atividade empreendedora e o crescimento da economia, aumento do emprego, diminuição da desigualdade social; desenvolvimento da cadeia produtiva das empresas multinacionais (EMN's) e desenvolvimento de iniciativas de sustentabilidade.

Conforme citação de Gomes, Alves e Fernandes (2013), outros autores que deram um contributo bastante valioso ao tema em estudo foram Van Stel, Carree e Thurik (2005) com o seu estudo que abarcou 36 países, onde procuraram perceber que a atividade

empreendedora tem efeito positivo em economias desenvolvidas e negativo em países pobres. Na mesma linha de pensamento, diversos trabalhos (Beck, Demirgüç-Kunt e Levine, 2005; Audrestsch e Keilbach, 2004; Wennekers e Thurik, 1999 citados pelos mesmos autores demonstram que não há evidências conclusivas da relação entre atividade empreendedora e crescimento económico.

Parafraseando os autores Henrekson e Johansson (2008) demonstram novas evidências de que algumas empresas de crescimento rápido as quais denominam de “gazelas” possuem maior impacto na criação de empregos e desenvolvimento económico. Segundo estes autores as disparidades nas investigações podem ser o efeito da diversidade entre empreendedorismo e o trabalhador por conta própria, também conhecido como empreendedor estilo de vida. Enaltecem ainda que o trabalhador por conta própria ou pequeno empresário não pode ser comparado com o empreendedor de alto impacto, o primeiro constitui uma empresa para satisfazer minimamente suas carências o que logicamente origina empregos mediante, por exemplo, atividades como cabeleireiros, padarias, confeitarias, etc e o segundo tem uma atividade de alto crescimento que, rapidamente, cria emprego e importância económica.

De acordo com OECD (2011) existe grande importância nas empresas de alto crescimento por serem criadoras de emprego superior a 20% ao ano, em um período de três anos ponderando um mínimo de 10 empregados no início do período presenciado. As empresas denominadas “gazelas” enumeram um subtipo das empresas de alto incremento tendo menos de cinco anos de vida e ostentando em um período de três anos crescimento no número de empregados ou receita de pelo menos 20% ao ano.

Nesta perspectiva é necessário diferenciar políticas públicas de fomento ao empreendedorismo de políticas públicas para as MPME's, as últimas envolvem programas que apoiam empreendedores estilo de vida, o que pode ser justificado por diversas razões como efeitos macroeconómicos positivos de criação de empregos ou mesmo compensação por efeitos microeconómicos colaterais de economias de escala.

Por conseguinte, como se referiam os autores Henrekson e Stekula (2009) as diretrizes de empreendedorismo tendem impulsionar empreendedores reformadores que possam conceber um alto impacto no incremento económico agitando a economia para produtos e serviços com um valor superior agregado.

No entanto os autores Beck, Demirguç-Kunt e Levine (2005) frisam que na visão incrível sobre artifícios públicos, as empresas de maior porte são mais aptas a ter ganhos de grandeza e de aumentar os fundos para investigação e expansão além de fornecer mais empregos seguros. Porém, os mesmos autores mostram que existe um questionamento divulgado sobre a eficácia de atividades de ascensão já que as grandes empresas podem originar maior execução positiva sobre o incremento económico.

Continuando a parafrasear os mesmos autores, pode-se referir as disparidades sobre as previsões de artifícios públicos com os aprendizados de aperfeiçoamento económico alvitados por Porter (2002). Em vários países, podemos encontrar diferentes políticas públicas, genericamente são exemplos típicos os seguintes:

- Microcrédito: empréstimo bancário ínfimo destinado ao apoio dos empreendedores que por falta de garantias ou incapacidade para construir um plano de negócios, sem acesso aos empréstimos bancário normal. Regra geral desenvolvem atividade económica por conta própria e por isso merecem atenção do estado pelas condições que apresentam e pelas capacidades demonstradas o que, de certa forma antecipa a crença de sucesso da iniciativa que pretendem desenvolver.
- Capital de risco e garantia mútua: essencialmente destinado a financiar empresas com uma situação económica e financeira difícil ou em início de atividade e com dificuldade de acesso a capital. Garantia mútua é um instrumento simplificador do acesso ao financiamento pelas MPME's, regra geral a banca exige garantias próprias por vezes inexistentes ou por informação económica e financeira insuficiente ou destinta dos indicadores de riscos usados pela banca.
- Programas de Desenvolvimento Rural: destinado ao aumento da competitividade do setor agrícola e florestal, promoção da sustentabilidade dos espaços rurais e dos recursos naturais e a revitalização económica e social das zonas rurais e promoção da sustentabilidade dos espaços rurais.
- Linhas de crédito para as MPME's: destinada a MPME's certificadas pelos institutos que a controlam, geralmente com percentagens de juro bonificadas e co-garantias prestadas pelo estado, tal como ocorre com o Programa Angola Investe.
- Linhas de crédito ao comércio rural: reservadas a reanimar e atualizar a atividade comercial em áreas rústicas.



- Linhas de crédito para o fomento do turismo: destinadas a modernização e inovação na oferta turística.

As diferentes políticas públicas irão de encontro as necessidades de desenvolvimento e prioridades dos governos quer para garantia do desenvolvimento social, quer no desenvolvimento ou melhor equilíbrio económico e financeiro.

## 2. O desenvolvimento das MPME's em Angola

A economia Angolana tem verificado uma desaceleração cada vez mais acentuada, motivada pela crise económica e financeira internacional e a sua influência na economia nacional. Comparativamente ao que ocorria até 2014, a taxa de crescimento anual do PIB é significativamente menor (inferior a um dígito), a taxa de inflação agravou-se (superior a um dígito) e a taxa de câmbio face as principais moedas internacionais é bastante maior (supera 300% de agravamento nos últimos 4 anos).

O principal motivo desta volatilidade da economia nacional é a mono dependência da produção e exportação de petróleo (eminente subordinação ao ramo dos petróleos), confirmado pelas constantes revisões do Orçamento Geral do Estado (OGE) em função da flutuação dos preços desta *commodity* nos mercados internacionais. Por outro lado, o excesso de importações de praticamente todos os bens de consumo, em função da inexistência ou incapacidade do setor produtivo nacional cobrir o consumo interno especialmente de bens de primeira necessidade, pressiona em demasiado a balança de pagamentos, sendo necessário e estratégico inverter este cenário, desenvolvendo particularmente as MPME's que operam no setor produtivo para melhorar o seu contributo no PIB e na oferta de bens e serviços.

Entretanto, é visível que o paradigma de empreendedorismo nacional, além de ser ainda excessivamente informal, encontra-se fortemente ligado a atividades de comércio mercantis especialmente dependente de importações. Complementarmente, estimam-se que uma parte muito reduzida das iniciativas empreendedoras têm êxito em Angola o que poderá estar relacionado com a atmosfera de negócios, com os custos de produção elevados e a falta de incentivos à produção, com a competição desleal de produtos importados e casualmente com a inexistência de políticas que auxiliem e estimulem os produtores nacionais, agravado à tipologia de empreendedorismo dominante neste mercado.

O Governo de Angola convencido da utilidade das MPME's para o crescimento de uma economia sustentável, desenvolveu e publicou uma legislação exclusiva para apoio e incentivo às MPME's, a Lei n.º 30/11 de 13 de Setembro de 2011.

Para além desta legislação o executivo Angolano desenvolveu um programa com 12 iniciativas particularmente focadas para as MPME's, com o objetivo de incentivar o desenvolvimento das iniciativas dos empreendedores por se verificar que enfrentavam dificuldades nesta matéria. Por consulta ao Plano de Desenvolvimento das Micro Pequenas e Médias Empresas (PDMPME's) conseguimos perceber que está alinhada com a Estratégia "Angola 2025", tendo sido discutida e aprovada pelo Conselho de Ministros no final do ano de 2011. O plano identificou 12 prioridades a desenvolver:

- Criação de mecanismos para Bonificação de juros
- Disponibilização de um Fundo para emissão de Garantias Públicas
- Criação de um Fundo Público de Capital de Risco
- Garantir maior suporte aos empreendedores (Formação, Consultoria e Incubadoras)
- Simplificação dos processos burocráticos para as MPME's
- Monitoração dos benefícios fiscais para o empreendedorismo
- Supervisão da aplicação dos apoios institucionais da lei das MPME's
- Fomento do cooperativismo
- Dinamização dos setores “bandeira”
- Programa de incentivo ao consumo de produção nacional
- Corredores de escoamento dos produtos agropecuários
- Dinamização dos polos agroindustriais, indústrias e Zonas Económicas Especiais (ZEE).

Para a definição destas linhas prioritárias, o Ministério de Economia, identificou as principais dificuldades que as MPME's enfrentavam, e que mereciam ter resolução prioritária, tais como:

- Dificuldades do empresariado no acesso ao crédito devido aos seguintes aspetos: Baixa capitalização das empresas em geral; fortes exigências de garantias colaterais; custo elevado dos financiamentos;

As condições que o mercado oferecia até então ao nível de financiamentos favoreciam especialmente operações de curto prazo normalmente mais relacionadas ao ramo de

comércio servindo especialmente para reforçar tesouraria. Por regra os investimentos carecem de operações a médio/longo prazo e tornavam-se inviáveis com a oferta da banca;

- Falta de recursos qualificados na população, capazes de gerar dinamismo económico, visível na qualificação dos empreendedores angolanos, que não estão, de forma geral, preparados para uma transição das atividades comerciais para as de carácter produtivo especialmente nos ramos agrícola, industrial ou de serviços num nível mais complexo;
- Excesso de burocracia e carga processual institucional, apesar de melhorias recentes com a introdução do GUE, a morosidade e custos dos processos para início de atividade ainda são uma restrição para muitos empreendedores;
- Fraco incentivo à produção nacional, o contexto financeiro e estrutural cria fortes entraves à produção nacional angolana que é pouco estimulada, a via importadora tornou-se uma clara preferência;

Nesta senda, consta do PDMPME que o seu objetivo é criação de um tecido empresarial nacional forte, sobretudo ao nível de MPME's, que seja criador de emprego e de riqueza para os angolanos, visando os seguintes objetivos:

- Diversificação económica para setores além do petróleo e gás;
- Aumento da produção nacional, reduzindo as importações;
- Combate à pobreza, através de criação de emprego e de autoemprego (microempresas);
- Estímulo da formalização das atividades económicas em Angola e melhoria na taxa de bancarização da população

Com relação a este último objetivo, o programa foi desenhado para dar um contributo relevante e ser materializado até 2015, através da remoção de barreiras à formalização (especialmente custos e burocracias); através de incentivos dados às empresas formalizadas (incentivos financeiros, benefícios fiscais, institucionais e apoio a sua capacitação) e finalmente através do Programa de Apoio a Pequenos Negócios (PROAPEN), esperando assim que as atividades informais se transformem em negócios formais. Entretanto, nota-se hoje que grande parte dos objetivos do programa não foram conseguidos apesar de serem visíveis passos nesse sentido, pelas seguintes razões:

- A redução do preço do barril de petróleo a escala mundial e consequentemente a redução das disponibilidades do estado Angolano que depende das receitas da mono produção desta *commodity*;
- A má gestão do erário público com visível esbanjamento na maior parte dos investimentos públicos;
- A fraca política de incentivos fiscais e não fiscais para as MPME's;
- A falta de fiscalização das atividades programadas, tipicamente sem que tenham a eficácia desejada;

Conforme referimos anteriormente, a materialização da necessária diversificação da economia num ambiente de crise, é o maior desafio do executivo Angolano, sendo difícil realiza-lo no curto prazo.

### **2.1. Lei das MPME's em Angola**

Com a adoção da lei acima referida o executivo Angolano posicionou-se de forma clara e ambiciosa no fomento das MPME's pela adoção de um programa que reduza práticas administrativas, que clarifique regulamentos e facilite o acesso aos mercados e a novas oportunidades de negócios, bem como de formalização de parcerias visando o desenvolvimento de novos produtos e serviços em geral. A referida lei visa valorizar o processo de criação das empresas, à sua manutenção, incentivos fiscais e financiamento, e reconhece que as MPME's têm sido os principais instrumentos de sustentação das economias modernas, incluindo as dos países mais desenvolvidos, não apenas por reduzirem o desemprego, mas também por ajustarem-se às necessidades das comunidades e, contribuir, significativamente para a redução da informalidade e da pobreza. Por essa razão, a lei estabelece as normas relativas ao tratamento diferenciado que as MPME's devem merecer, bem como as condições de acesso aos respetivos incentivos e facilidades.

Com base na consulta do Diário da República I SÉRIE - N.º 176 de 13 de Setembro de 2011 onde a referida lei encontra-se publicada, conseguimos perceber que o diploma é aplicável às MPME's constituídas e registadas no território nacional, enquanto instrumentos de fomento do empresariado privado nacional e de formalização da economia, de promoção do emprego, da competitividade e da redução da pobreza, contendo várias linhas orientadoras de apoio as MPME's a destacar:

- a) Tratamento diferenciado das MPME's com a adoção de medidas concretas a nível legal e regulamentar, nos diversos setores da administração pública, visando criar um ambiente de negócios que favoreça a constituição e o seu desenvolvimento;
- b) *Integração* das medidas a adotar, num pacote coerente e eficaz que permita alcançar os objetivos de fomento das MPME's;
- c) Adaptação da administração pública às necessidades e especificidades das MPME;
- d) Redução da burocracia nos procedimentos administrativos e a adoção de medidas que reduzam os custos de contexto para a atividade desenvolvida pelas MPME, facilitando os atos inerentes à sua criação e desenvolvimento;
- e) Promoção das MPME's, através da criação de programas de incentivos mediante contrapartidas ajustadas à sua realidade e ao tipo de negócios que desenvolvem;
- f) Fixação de uma quota preferencial de participação nas contratações públicas para o fornecimento de bens e serviços e restrita às MPME's;
- g) Facilitação da participação indireta em concursos de empreitadas de obras públicas de pequena e média dimensão através de subcontratação e/ou subempreitada na execução de obras públicas de grande envergadura;
- h) Participação ativa dos órgãos da Administração Local do Estado e das autarquias, na organização
- i) Auscultação das associações empresariais e profissionais nacionais reconhecidas, na definição dos programas de fomento e apoio à formação e superação profissional necessários às MPME's;
- j) Asseguramento de políticas favoráveis às MPME's, cuja maioria do capital social seja detida por cidadãos Angolanos.

Assim, concluímos que a lei em análise foi criada como objetivo de incentivar o desenvolvimento das MPME's e tem como principal alavanca um programa de incentivos financeiros e de financiamento.

## **2.2. Programa Angola Investe**

Tal como referimos anteriormente, o Angola Investe é um programa lançado pelo executivo Angolano que se propõe promover a concessão de crédito bancário as MPME's e

empreendedores singulares que operem em setores considerados prioritários maioritariamente ligados a produção nacional, oferecendo as seguintes condições.

- Bonificação da taxa de juro com um máximo de 5%, a partir dos critérios descritos abaixo e na perspetiva de que as MPME's paguem de acordo com a sua certificação:
  - a) Micro Empresas: Luibor a 6 meses + *um spread* de 6%;
  - b) Pequenas Empresas: Luibor a 6 meses + *um spread* de 4,5%;
  - c) Médias Empresas: Luibor 6 meses + *um spread* de 3%.

É importante referir que a bonificação é paga apenas após boa cobrança do juro contratado, ou seja, o beneficiário deverá liquidar a prestação na totalidade e obter de seguida reembolso do valor correspondente aos juros bonificados, processo que se deseja breve.

- Possibilidade de utilização do mecanismo de garantia pública, até 70% de capital financiado, com comissão anual de 2% sobre o capital em dívida garantido, calculada em base mensal e liquidada na data de vencimento das prestações de juro do financiamento.
- Crédito com período de carência mínimo de 6 e máximo de 24 meses;
- Maturidade do financiamento até 7 anos.

Até a criação deste programa, os empreendedores conviviam com as seguintes barreiras no tocante as operações de financiamento bancário:

- Taxas de juros excessivamente altas para uma operação de investimento.
- Dificuldade na apresentação de garantias – avais, hipotecas, penhores, etc.
- Menor abertura da banca para operações de investimento a médio/longo prazo
- Períodos de carência muito curtos
- Prazos reduzidos

As condições de financiamento deste programa são claramente uma grande oportunidade e incentivo para os diversos empreendedores com especial destaque para os que se decidam abraçar a grande causa do momento que sem dúvidas é a da produção nacional em prol da necessária diversificação da economia nacional, sendo esta a única alternativa para a criação de uma economia estável, sustentada e que possa inclusive ambicionar crescimento a longo

prazo e a afirmação de Angola como uma potência económica nesta zona geográfica do continente Africano.

### 2.3. Classificação das MPME's beneficiárias do P.A.I.

Antes de referirmos os parâmetros da classificação, convém esclarecer o conceito de empresa, como sendo uma sociedade que, independentemente do seu aspeto legal, exerça uma atividade económica e seja integrada de elementos humanos, materiais e técnicos, com o objetivo de fornecer bens e prestar serviços ao mercado utilizando fatores produtivos.

Para melhorar o controlo, fomentar ou incentivar as várias MPME's ou empreendedores singulares potenciais beneficiários dos incentivos fiscais e de concessão de financiamento pelo P.A.I. de acordo com o seu potencial, ficou estabelecido que o primeiro passo é a certificação pelo INAPEM das MPME's.

Tal como ocorre noutras geografias, as MPME's distinguem-se sob o ponto de vista de dois critérios, designadamente, quanto ao número de colaboradores efetivos e quanto ao volume de faturação anual sendo este ultimo o critério mais importante. A lei das MPME's Angolana é acessória a lei 1/04, de 13 de Fevereiro - Lei das Sociedades Comerciais, estabelecendo os seguintes padrões de classificação:

Tabela 3 - Classificação das MPME's em Angola

Classificação	Colaboradores	Faturação anual bruta
Micro Empresa	$\leq 10$	$\leq 250.000$ USD
Pequena Empresa	$> 10 \leq 100$	$> 250.000 \leq 3.000.000$ USD
Média Empresa	$> 100 \leq 200$	$> 3.000.000 \leq 10.000.000$ USD

Para o cálculo da respetiva certificação, o INAPEM deverá usar o número de colaboradores e o volume de faturação anual bruta do último exercício contabilístico encerrado, tendo o referido diploma estabelecido igualmente:

- As empresas que à data de fecho contabilístico anual, verificarem que ultrapassaram ou diminuiu o número de colaboradores ou o volume de faturação indicado devem manter o enquadramento na mesma categoria, devendo alterá-lo no ano fiscal seguinte;



- Deve considerar-se sempre que necessário, como critério prevalente, o do volume de faturação, comprovado pelas demonstrações financeiras, assinadas por contabilista regularmente inscrito no organismo de representação da classe;
- As MPME's que tenham, no decurso do exercício económico, excedido o volume de faturação ou número de trabalhadores previstos ficam excluídas, no exercício económico seguinte, do regime diferenciado previsto por lei, já que passam a classificar-se como grandes empresas;
- Para além dos critérios anteriormente mencionados e como referimos anteriormente, são tidos também em conta o número de trabalhadores para efeitos de classificação, no qual são consideradas as pessoas que tenham trabalhado na empresa durante seis meses corridos, sujeitos a um contrato de trabalho e registados na Segurança Social, cujos suportes devem ser avaliados no processo de classificação;
- Também são ainda considerados, para o cálculo do número de trabalhadores, os sócios que exerçam uma atividade regular na empresa, ainda que apenas com funções de gestão;

Convém salientar também que para além destes critérios, as empresas devem ser detidas num mínimo de 75% de capital social Angolano e projetos e/ou atividade enquadrados nos seguintes setores e micro setores prioritários elegíveis tais como:

- Agricultura, pecuária e pescas
- Fabrico de materiais de construção
- Indústria transformadora e extrativa
- Serviços de apoio ao setor produtivo
- Saúde e educação;
- Hotelaria e turismo

A exceção dos últimos dois setores que apesar da sua importância não estão diretamente relacionados com a produção de bens, os restantes tal como referimos anteriormente são o foco principal do programa. Entretanto estes dois últimos setores devem claramente manter-se prioritários pela sua importância social e até financeira.

## **2.4. Exclusões**

Como regras de exclusão ficaram definidas as seguintes:

- Empresas cujo capital participe, independentemente da percentagem, o estado ou outras entidades públicas, exceto Universidades e centros de investigação, nestes casos com o limite máximo de 25 % do capital social
- Empresas cujo capital participe outra empresa que não seja MPME, independentemente do tipo societário em causa
- Que seja filial ou sucursal, no país, de uma empresa com sede no exterior do país
- Que exerça a atividade no setor financeiro bancário e não bancário
- MPME's cujo sócio maioritário detenha participações noutras empresas, sempre que a faturação bruta anual exceda o limite mais elevado previsto por lei.

As exclusões acima visam proteger o empresariado nacional especialmente as MPME's

## **2.5. Objetivos da classificação**

A classificação prevista no referido diploma visa:

- Conferir o estatuto de MPME's através de trâmites especiais, caracterizados pela simplificação e celeridade, a empresas que necessitem de comprovar o referido estatuto perante entidades públicas e privadas, no âmbito dos programas de incentivo e apoio da atividade
- Permitir que a afetação de fundos públicos destinados à promoção das MPME's se realizem com a máxima transparência e rigor
- Instituir uma base de dados fiável de MPME's, acessível às entidades interessadas, para efeitos de contratação, parcerias e outras finalidades
- Melhoria de dados estatísticos e de gestão de informação para a criação de políticas públicas que permitam combater à pobreza, promover o empreendedorismo e desenvolvimento económico e social

Para além da missão de certificação, o INAPEM que para além desta missão também deve dedicar-se ao acompanhamento dos projetos.

## 2.6. Estrutura institucional de apoio

Para a execução do P.A.I., ficou estabelecido as seguintes estruturas de apoio institucional:

- O Executivo como responsável pela criação dos procedimentos sistemáticos de regulamentação e coordenação, para a efetiva concretização dos objetivos de promoção e apoio às MPME's, ficando o P.A.I. sob tutela do Ministério da Economia (MINEC) que em articulação com os ministérios de tutela, defina estratégias eficazes para boa implementação do programa;
- O INAPEM como órgão competente de apoio às Pequenas e Médias Empresas, incumbido de acompanhar e certificar as MPME's em função das três categorias definidas para além de ser responsável pelo acompanhamento técnico na implementação dos projetos e monitorização da sua atividade e desenvolvimento socioeconómico;
- O titular do Poder Executivo ou a quem este delegar, como responsável por regular o órgão da administração indireta do Estado de apoio as MPME's (INAPEM);

Para além destes órgãos, a banca comercial intervém como responsável pela avaliação e decisão de risco de crédito, cabendo ao MINEC apenas a decisão de emissão da garantia pública, se solicitada.

## 2.7. Valor do financiamento

A classificação das empresas é determinante para a definição dos *plafonds* de financiamentos, conforme abaixo se descreve:

Tabela 4 – Plafonds do Programa Angola Investe

Designação	<i>Plafond</i> (USD)
Micro Empresa	$\leq 200.000$
Pequena Empresa	$> 200.000 \leq 1.500.000$
Média Empresa	$> 1.500.000 \leq 5.0000.000$

Tal como ocorre atualmente em toda a oferta de crédito bancário em Angola, ficou estabelecido que todos os financiamentos são desembolsados em Kwanzas, entretanto neste caso específico e apenas para controlo dos montantes máximos e equivalente garantia

pública, serão considerados os montantes equivalentes a USD à taxa de câmbio do Banco Nacional de Angola.

## **2.8. Finalidade**

O programa apenas deverá apoiar investimentos em imobilizado corpóreo (obras civis, equipamentos, meios de transporte, etc.) ou investimento em fundo de manuseio, sendo este último limitado ao máximo de 20% do total do financiamento e desde que solicitados em simultâneo ao financiamento.

### 3. Modelo proposto para apoio a gestão das MPME's

Tal como referimos, em função do início da atividade empreendedora em Angola ser tipicamente informal, é de extrema importância que as empresas e os órgãos dos estado envolvidos neste programa, procurem modelos de gestão que permitam melhorar a sua eficiência, a sua auto-avaliação e na capacidade de gerar dados que permitam aos vários *stakeholders* e a si mesmo, monitorar a sua atividade. Na mesma perspetiva, empresas que mesmo estando formalmente constituídas, devem ter noção da necessidade de implementar um modelo de gestão mais moderno já que na sua maioria estão a alterar o seu modelo de negócio de atividade meramente comerciais para operações relacionadas ao setor produtivo.

Reconhecidamente a gestão de uma empresa é um fator decisivo para o seu sucesso, pretendemos neste subcapítulo abordar alguns aspetos que compreendemos muito relevantes, por reconhecermos que mediante a sua utilização nas decisões diárias eliminam desperdícios, reduzem custos e melhoram processos que resultam conseqüentemente na diminuição da versatilidade, ou seja, promovem um aumento na eficiência.

Para melhorar a nossa abordagem sobre esta temática, utilizaremos o modelo abaixo, que se baseia num conjunto de variáveis apontadas por muitos autores conceituados como elementos-chave da boa gestão. A ideia principal do sistema consiste no controlo dos “6M” (matéria-prima, maquinaria, mão de obra, métodos, meio ambiente e medições), apoiado por um conjunto de ferramentas e conceitos que o caracterizam.

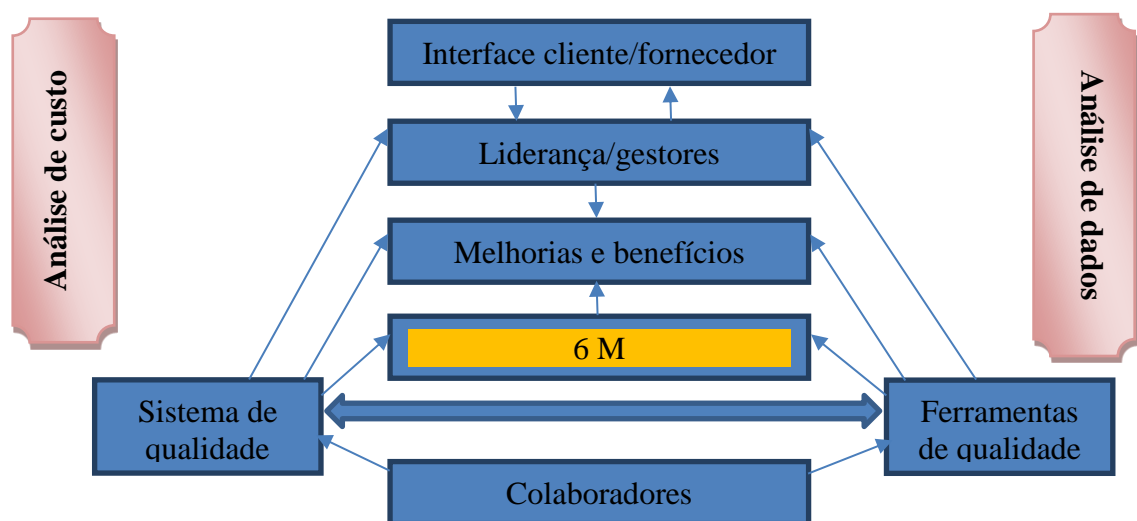


Figura 2 - Modelo proposto para gestão das MPME's

Fonte: Elaboração própria adaptada de Coulson (1992).

O modelo acima contribui para aumentar o valor do produto, a confiança, a preferência do cliente, a dinâmica nos processos, a dinâmica nos sistemas, a confiabilidade, a capacitação, a motivação pessoal, além da salvaguarda do meio ambiente. Como resultados destas melhorias, aparecerão vários tipos de benefícios:

- Internos (melhorias na consistência do método de gestão, aumento da satisfação dos colaboradores, etc.)
- Externos (aumento da satisfação dos clientes, melhoria da reputação da empresa, etc.).

Combinadamente contribuem para o crescimento da empresa. O modelo acima destaca as seguintes variáveis:

- I. **Interface cliente/fornecedor:** Abre possibilidades de aperfeiçoamento nas ligações que surgem desta relação, possibilitando oportunidades para redução de custos e aumento da diferenciação (Merli, 1994; Ishikawa, 1993).
- II. **Liderança/gestores:** Pondera, principia e conduz o processo com visão de longo prazo, procurando obter melhorias contínuas passo a passo. Um excelente guia são os 14 princípios de gerência de Deming (1990, p. 18).
- III. **Melhorias e benefícios:** Ponto-chave para aplicação das ferramentas de gestão é a melhoria contínua (Langley et al., 1994). Essa é a base sobre a qual se apoia a mudança e surge da aprendizagem, que tem de ser permanente e é mostrada no ciclo PDSA - base de todo projeto de melhoria e apoia todas as ações e pressupõe que, existindo um certo objetivo a ser atingido, deve-se planejar uma ação inicial, executar esse plano, avaliar e estudar os resultados atingidos e agir na melhoria e no aperfeiçoamento do plano inicial.
- IV. **O Método dos “6M”**, desenvolvido inicialmente por Ishikawa, é também conhecido por diagrama causa/efeito e visa diagnosticar um conjunto de fatores de causa num processo para atingir os efeitos desejados, geralmente relacionados a estabilização do processo produtivo, a redução das variações, e a elevação da qualidade dos

produtos, padronizando métodos e desenvolvendo uma mentalidade baseada no treinamento (Ishikawa, 1993, p. 64-65).

As ações básicas fundamentam-se no controlo dos defeitos e serão consignadas a partir de ações nos seguintes itens:

- **Matéria-prima;** controlo da diminuição do desperdício, definindo especificações e procurando parcerias com fornecedores para obter matéria-prima com alta qualidade e com menor custo total (considerando todo o processo e não unicamente o preço de compra). O uso de materiais com características superiores ou inferiores às necessárias é entendido como desperdício.
- **Maquinaria;** destacam-se duas políticas importantes, a da aquisição do equipamento e a da sua manutenção. O equipamento não deve ter capacidade produtiva muito maior que a demandada de mercado (isso gera ociosidade), e necessita de manutenção periódica para que cumpra o tempo de vida útil previsto e funcione dentro das suas especificações, desta premissa surge a necessidade da implantação da manutenção produtiva total (TPM). O desperdício com maquinaria deve ser avaliado, pois envolve altos investimentos e enormes custos de reparação.
- **Mão-de-obra;** orienta a identificação das competências necessárias em cada colaborador que executará cada tarefa e proporciona treinamento adequado para satisfazer essas necessidades, da seguinte forma: a) identificar necessidades de treinamento por meio da avaliação periódica das pessoas; b) treinar e qualificar as pessoas para as funções que desempenham; c) avaliar a eficácia do treinamento; d) assegurar que as pessoas estejam conscientes da importância de suas atividades; e) manter registos apropriados de escolaridade, treinamento, qualificação, etc.
- **Métodos;** aspetos a serem trabalhados: a) padronização interna; b) implantação do manual operacional (padronização de operações e processo); c) implantação dos manuais de qualidade e segurança; d) implantação de controlo estatístico do processo; e) itens correlatos, tais como consolidação da relação cliente/fornecedor, modernização do sistema de informação, flexibilização do processo, logística.
- **Meio ambiente,** muitas empresas não dão a devida importância ao efeito das suas operações sobre o meio ambiente, sendo comum que libertem os seus desperdícios de produção para o ambiente sem o devido tratamento, especialmente porque esta

ação permite diminuir custos, no entanto, geram um perigoso passivo ambiental, as autoridades poderão decidir pesadas multas ou inclusive o encerramento da empresa.

- **Medições:** Asseguram que o processo e os produtos cumpram os requisitos, além de fornecerem subsídios para análise crítica da alta administração, sendo necessário: a) definir o tipo, local, momento e frequência das medições e requisitos a serem efetuados; b) pesquisar e definir a metodologia; c) avaliar periodicamente a eficácia das medições adotadas. As medições podem ser divididas nas seguintes: a) Processos; confirmar continuamente a qualidade de cada processo em cumprir seus propósitos; b) Produto; verificar se os requisitos são atendidos e documentar evidências de conformidade com os critérios de aceitação; c) Satisfação do cliente; é o objetivo final. Deve-se ter uma metodologia para obtenção e uso dessa informação, que servirá para subsidiar a análise de desempenho do sistema.
- V. **Sistema de qualidade:** A sua adoção traz benefícios em âmbito geral para a organização, sendo a satisfação e o atendimento das expectativas do cliente pontos fulcrais para sua consolidação. Na concepção de Deming (1990, p. 18), “o sistema de qualidade envolve todas ferramentas da qualidade”.
- VI. **Ferramentas de qualidade:** O seu uso é fundamental na gestão por terem em comum a característica descritivas nos processos e procuraram encontrar neles discrepâncias ou falhas que ajudam a aperfeiçoá-las. Dentre elas destacam-se fluxograma; folha de verificação; gráfico de Pareto; diagrama causa/efeito; histogramas; gráficos de controle; diagrama de dispersão, *brainstorming* e a análise do campo de forças, entre outras disponíveis (Oakland, 1994).
- VII. **Colaboradores:** Para além da importância da sua participação nas discussões internas com sugestões, o mais importante são as suas ações, que farão com que as melhorias aconteçam e para tal devem ser motivadas e treinadas para que colaborem no processo de mudança, isto tem influencia direta no sucesso do negócio.
- VIII. **Análise de dados:** A sua representação gráfica deve ser incentivada, pois facilita o entendimento. Os dados para determinação da adequação e eficácia do sistema de gestão devem ser recolhido e analisados periodicamente, esta avaliação deve fornecer informações relativos a: a) conformidade com os requisitos do produto (medições e monitoramento); b) satisfação/insatisfação dos clientes; c) características de processos/produtos e suas tendências; d) fornecedores e outras fontes relevantes.



IX. **Análise de custos:** Fornece informações que possibilitam às empresas avaliarem, corrigirem e/ou modificarem os aspectos que afetam o desempenho dos fatores de produção. O modelo não pressupõe o uso de conceitos sofisticados, tal como as análises que podem ser realizadas usando o custo baseado em atividades (ABC – *Activity Based Costing*), e sim análises sobre os aspectos relacionados com os três principais componentes dos custos: Matéria-prima; Mão-de-obra; custos indiretos:

## 4. Metodologia

O facto instrutivo é tomado, edificado e averiguado, pelo facto de ser a certificação que se deve dar ao processo de investigação consubstanciado na busca da verdade científica. Gaston Bachelard (citado por Hill & Hill, 2000: 22).

Este capítulo orientado para a metodologia, encontra-se estruturado em seis subpontos, onde:

- Justifica-se a metodologia utilizada para descrever a problemática e o estudo.
- Fundamenta-se o questionário utilizado e a fiabilidade do mesmo.
- Descreve-se a população-alvo, a amostra projetada e a amostra alcançada e discute-se as estratégias de acesso ao campo de estudo.
- Narram-se os comportamentos relacionados à disposição e terapia dos dados.
- Relata-se os resultados obtidos e descreve-se as principais conclusões.
- Descreve-se as delineações da presente investigação.

Desta forma, a descrição metodológica abordada neste estudo, constituiu um método de trabalho que conduz a prescrição metodológica introduzido em ação constituindo-se como um estatuto de trabalho que elucida os problemas que se pretendem clarificar.

Tal como referimos inicialmente, o objetivo geral da presente dissertação é a análise da atividade empreendedora global, em África e em Angola em particular, sua tendência, influência e o papel do estado na criação de um ambiente de negócios favorável. Para alcançar estes objetivos, delinear-se os seguintes objetivos específicos: *(i)* estudo do empreendedorismo, histórico, visão global atual sobre o tema, sua perspectiva atual em África e em Angola; *(ii)* verificação da correlação entre empreendedorismo, ambiente de negócios e diversificação económica; *(iii)* avaliação global da implementação do Programa Angola Investe.

### 4.1. Opções metodológicas

A questão central desta investigação consiste no reconhecimento da importância do relançamento do empreendedorismo na diversificação da economia em Angola e a necessidade de diversos recursos (inclui financeiros) para suportar as iniciativas dos empreendedores. De acordo com a nomenclatura ostentada por Cohen, Manion, & Morrison (2007), tem-se que a lógica mais adequada para contestar esse assunto se inscreve num

hábito de averiguação precisa de essência quantitativa e qualitativa, operacionalizada por uma investigação do tipo descritivo.

Como o termo indica, a intenção da pesquisa descritiva é narrar um fenómeno. Embora alguns professores desvalorizem estudos descritivos, eles podem ser especialmente valiosos como uma das primeiras fases num projeto de investigação. Estudos descritivos apresentam frequências, médias, medianas e percentagens, podendo por exemplo estudar as atitudes e a conduta das empresas ao longo do tempo, tal como o definem os autores Hill & Hill (2005); Tuckman, (2000); Fortin, (2000); Carmo & Ferreira, (1998), comportamento que se averiguou no presente estudo.

A análise precisa de carácter descritivo está especialmente relacionada ao estudo não prático, o que prevê uma barreira deducional que envolve a enunciação de suposições concernentes ao enigma definido, a revisão de inconstantes, a escolha casual dos elementos participantes da pesquisa (amostragem), a prova das suposições articuladas intervindo com um plano de preparação firme abarcando regimentos rígidos de colheita de informação quantitativa, depois sujeitos a uma observação estatística. Os objetivos passam pela oportunidade da difusão dos desfechos a uma destinada população, a instituição de ligações entre as inconstantes e a presunção de factos (Carmo & Ferreira, 1998). Estes objetivos são condizentes com os descritos no presente trabalho investigativo.

Neste contexto, a generalização dos efeitos desta pesquisa, contribuirão no esclarecimento do plano especial para execução de projetos de relançamento do empreendedorismo para a diversificação de economia Angolana dirigidas as MPME's. Uma melhor perceção sobre a essência das conexões que podem concorrer entre as empresas assentes neste trabalho poderá ser uma mais-valia no planeamento de eventuais futuros projetos semelhantes ao P.A.I.

#### **4.2. Desenho do estudo**

Esta investigação foi desenhada segundo a lógica do estudo descritivo. Os Estudos descritivos procuram narrar os vários fenómenos que ocorrem num determinado contexto e estabelecem uma relação “causa-efeito” entre os mesmos, sendo que essa determinação pode ser feita por estudos não experimentais (Tuckman, 2000).

Para a presente investigação construiu-se um inquérito, com questões específicas. Optou-se pelo inquérito por questionário como técnica de investigação pois, pretendeu-se obter informações sobre uma variedade de respostas de um elevado número de participantes. Para além disso, os constrangimentos deontológicos associados à investigação na área do relançamento do empreendedorismo para a diversificação da economia, tornam o questionário um bom instrumento de recolha de dados, pois não é possível observar diretamente os comportamentos empreendedores dos participantes ao estudo, não só pelo seu número mas também por estarem geograficamente dispersos por todas as províncias do país.

### **4.3. Instrumentos de recolha de dados: O Questionário**

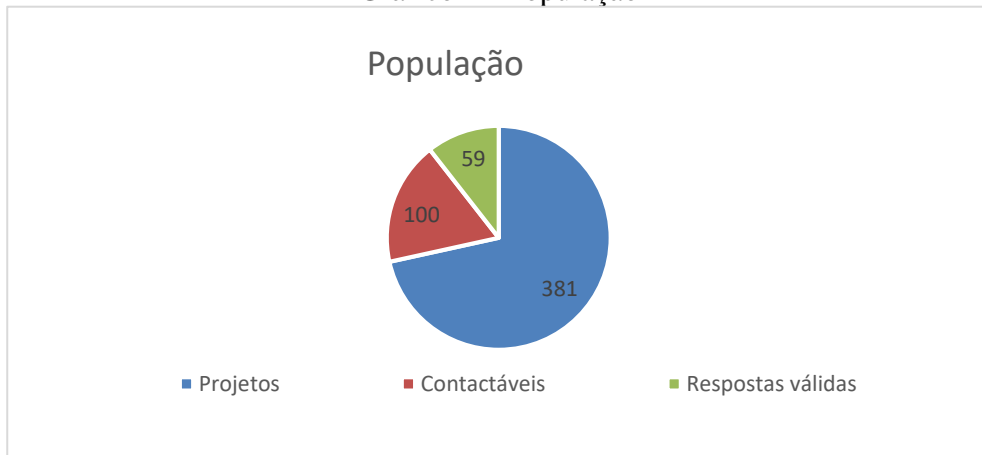
Para o presente estudo, foi empregue como ferramenta de colheita de dados, o inquérito (anexo 1) com sete questões fundamentais, maioritariamente fechadas e com um tempo de respostas estimado em 15 minutos.

### **4.4. População**

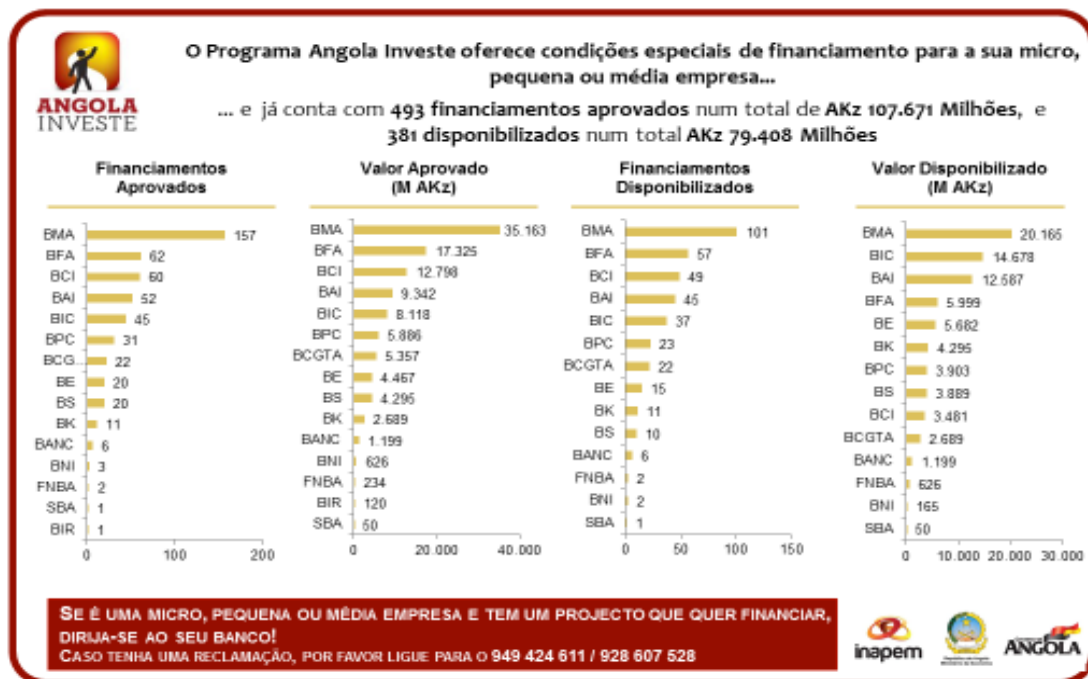
Define-se como população “a totalidade de indivíduos que possuam as mesmas características definidas para um determinado estudo” (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Até a data em que se iniciou o inquérito (16/06/2017) o P.A.I. financiou 381 empresas (financiamentos com desembolso), desta lista conseguimos identificar 100 empresas contactáveis por *email*, recolhidos através do Ministério da Economia, de contatos na Banca e até de associações de empresários. Dos 100 inquéritos distribuídos, obtivemos respostas eficazes de 59% (30 não respondidos e 11 eliminados por falta de clareza nas respostas).

Gráfico 1 - População



Revelou-se um desafio enorme obter dados sobre os beneficiários do programa, é-nos evidente que como primeira conclusão, num programa desta natureza e grandeza, é fundamental constituir-se uma base de dados eficiente, beneficiários contactáveis usando vias de comunicação ágeis e eficientes tais como telemóveis e endereços de *email*.



Dados publicados pelo Ministério da Economia no seu *website* (<http://www.minec.gov.ao/VerNoticia.aspx?id=27558>) consultado em 16 de Junho de 2017.

#### **4.5. Amostra**

Leite (2008: 45) atesta que a amostra reporta-se especialmente a uma parte (subconjunto) da população e é estudada com uma quantidade de sujeitos de uma determinada população. Assim sendo, a amostra é parte representativa da população credível cientificamente com efeitos confiáveis da pesquisa cujo critério de escolha seja casual.

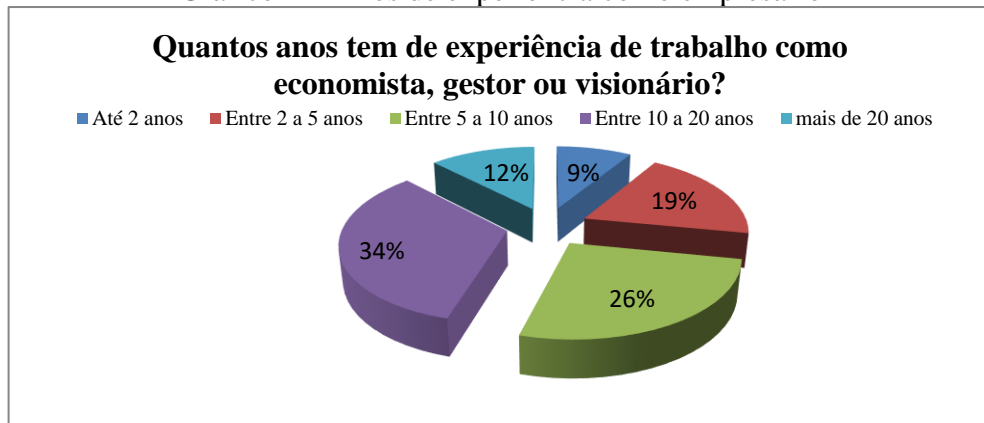
Com relação ao estudo, usou-se a amostra probabilística casual elementar. A escolha dos sujeitos observou-se entre as MPME's que aderiram ao P.A.I. e que atuam no mercado Angolano. A amostra representa 15,5% da população, dados dos inquéritos respondidos do total de empresas financiadas pelo programa.

## 5. Resultados e interpretação

Neste capítulo apresentamos e discutimos os resultados do inquérito às empresas que responderam positiva e assertivamente, apresentados em gráficos, seguidos de uma análise detalhada aos resultados e comentários relevantes sobre cada temática. Todos os gráficos têm como base os resultados do inquérito e foram elaborados por autoria do investigador.

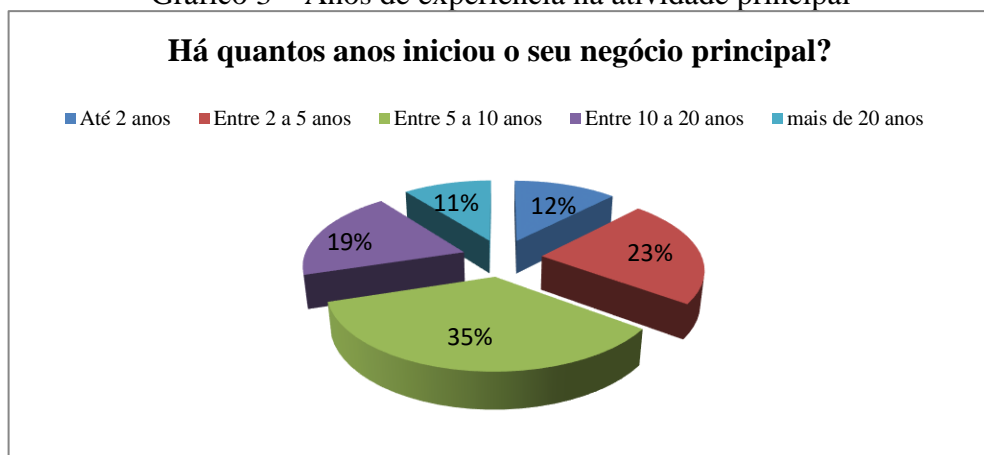
### 5.1. Representantes das empresas

Gráfico 2 – Anos de experiência como empresário



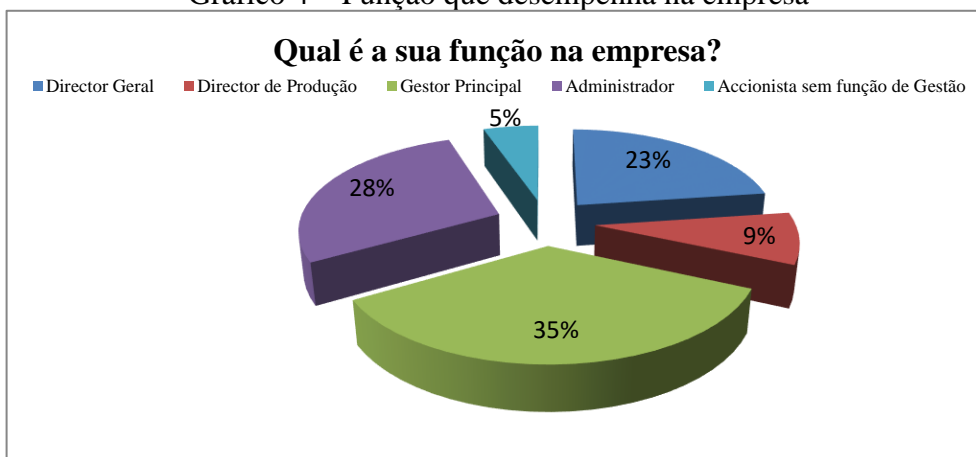
O gráfico acima demonstra que 9% dos representantes das empresas inqueridas têm até 2 anos de experiência na atividade empreendedora; 19% têm uma experiência que varia entre os 2 a 5 anos; 26%; entre 5 a 10 anos; 34% entre os 10 a 20 anos e finalmente 12% das empresas com uma experiência acima dos 20 anos. Assim, conclui-se que 72% dos inqueridos tem um leque de experiências de trabalho acima dos 5 anos.

Gráfico 3 – Anos de experiência na atividade principal



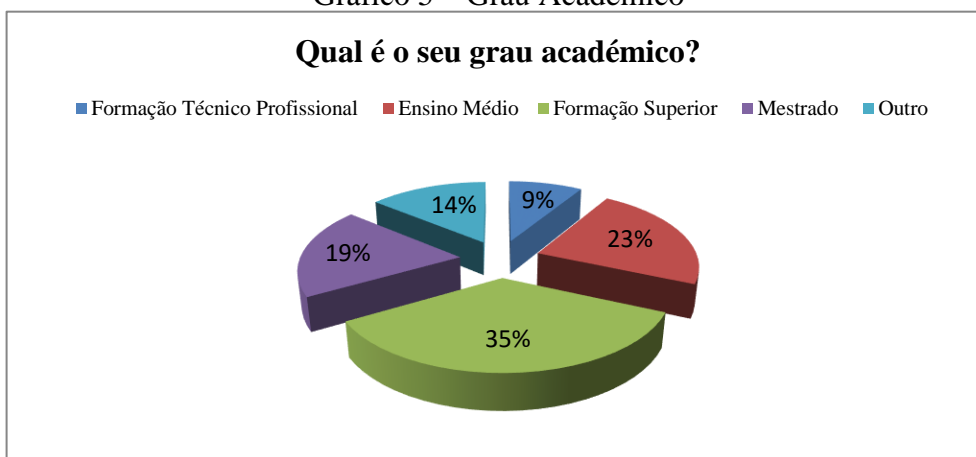
No tocante aos anos de início da atividade como empreendedor, verifica-se que 12% dos representantes das empresas inqueridas iniciaram o seu negócio até 2 anos; 23% entre 2 a 5 anos; 35% entre 5 a 10 anos; 19% entre 10 a 20 anos e finalmente 11% das empresas iniciaram o seu negócio há mais de 20 anos. Podemos concluir que a maior parte das empresas iniciou a sua atividade há mais de 5 anos, mais especificamente 77%.

Gráfico 4 – Função que desempenha na empresa



As empresas inqueridas foram representadas pelos diretores gerais (25%); diretores de produção (9%); gestores principais (35%); pelos administradores (28%); e acionistas sem função de gestão (5%). Concluimos que a maior parte das empresas foram representadas pelos seus gestores principais.

Gráfico 5 – Grau Académico

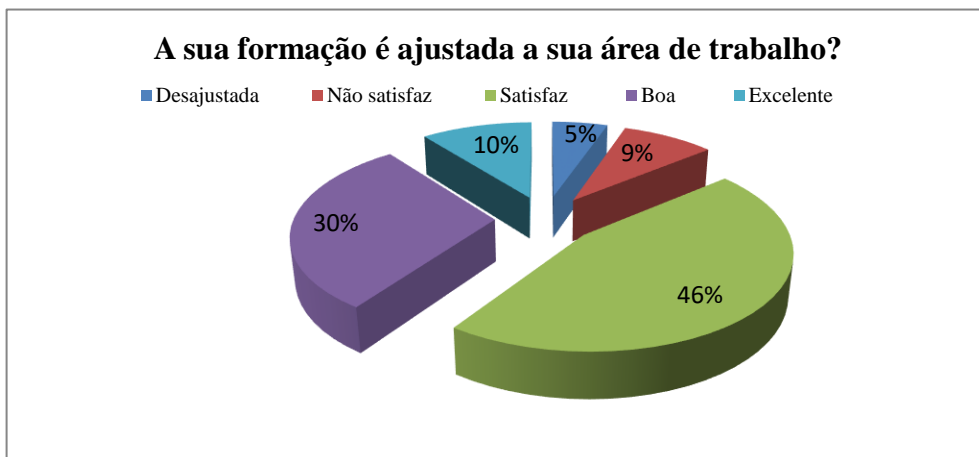


No concernente ao grau académico dos representantes das empresas verifica-se que 9% têm formação profissional; 23% têm o ensino médio; 19% têm mestrados; 35% têm formação superior; 14% têm formações distintas das possibilidades de respostas do presente inquérito.



Concluiu-se que 54% têm formação superior ou mestrado, o que nos leva a concluir que o grau académico dos inquiridos é bastante bom.

Gráfico 6 – Adequação da formação a atividade



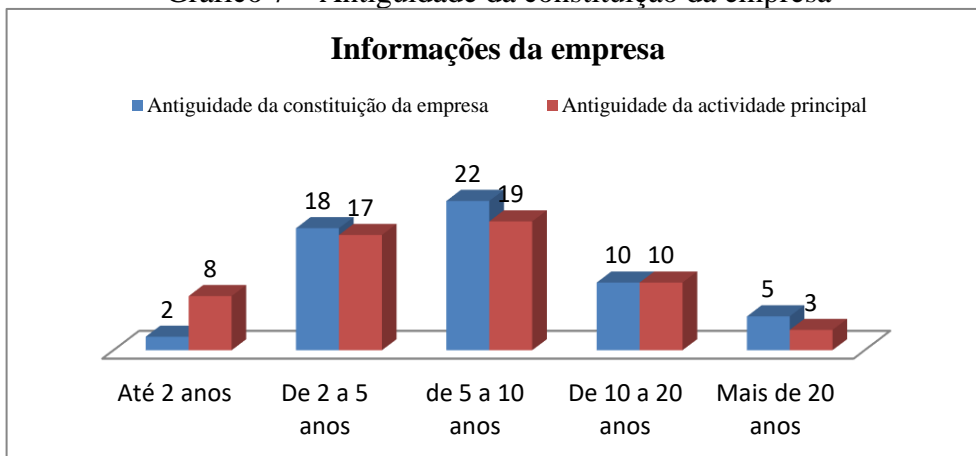
Relativamente a questão da formação, 5% dos inquiridos reconhece ser desajustada; 9% afirma não satisfazer; 46% alegam satisfazer; 30% declaram ser boa e apenas 10% julga ser excelente, permitindo-nos aferir que a maior parte dos inquiridos manifestam satisfação com a formação na sua área de trabalho, isto provavelmente justifica a aprovação do financiamento pois é sabido que uma das exigências da banca é a experiência de trabalho no ramo aliado a formação académica especializada do promotor/gestor do projeto.

Apesar de existir espaço para melhorias, a principal conclusão que podemos tirar, é de que nas empresas financiadas existem maioritariamente conhecimentos técnicos e ou de gestão que permitem a boa execução dos projetos.

Contudo, reconhecemos que estudos futuros sobre este tema, deverão colher uma amostra semelhante em empresas com projetos recusados, que permita comparar e perceber se de facto este é um elemento importante na avaliação dos projetos pela banca, e qual o seu peso no processo de decisão do financiamento, especialmente em atividades como por exemplo a agricultura e pescas já que por principio, a gestão operacional deste tipo de projetos requer muitos conhecimentos técnicos.

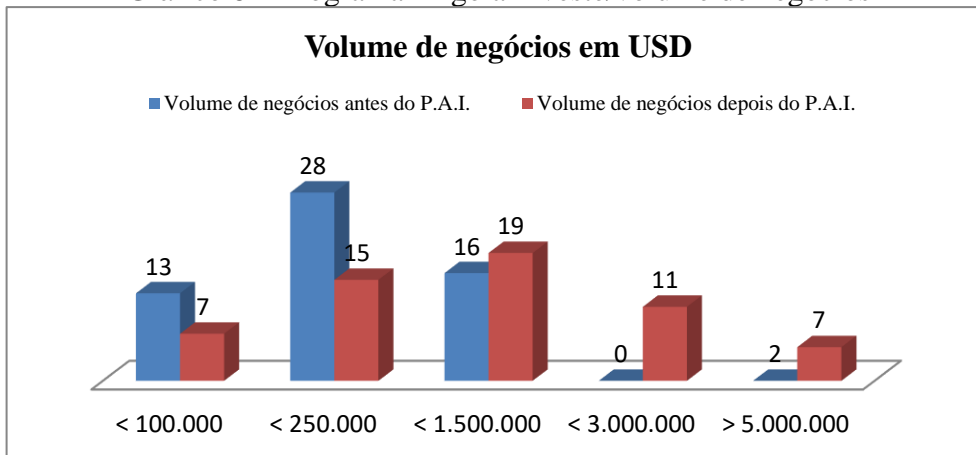
## 5.2. Informações sobre as empresas

Gráfico 7 – Antiguidade da constituição da empresa



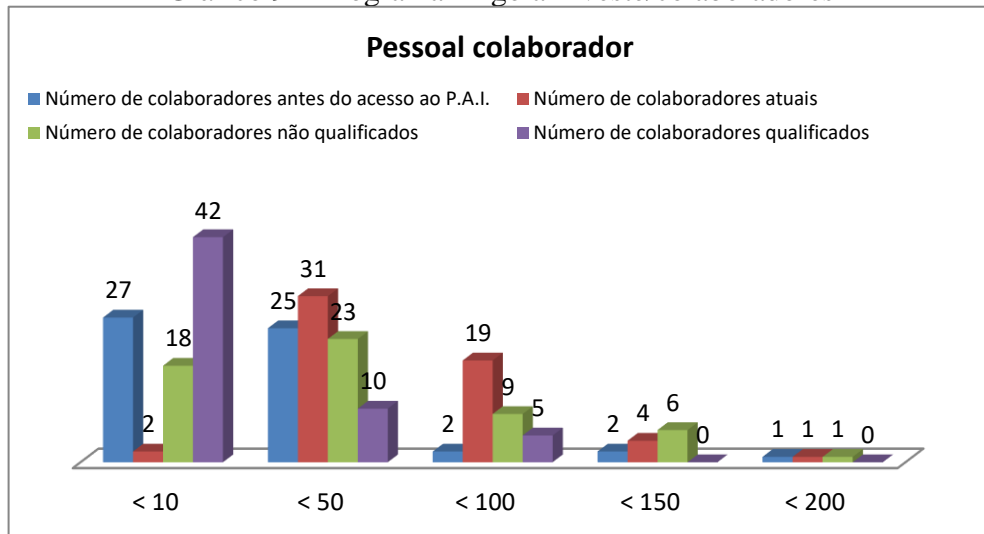
O gráfico acima demonstra que existe um gap entre a constituição das empresas e o início da sua actividade principal. Este elemento pode evidenciar tendência de início da actividade no informalismo ou que as empresas mudaram a sua actividade principal. Partindo do primeiro pressuposto, leva-nos a acreditar que o executivo Angolano deve envidar esforços para eliminar a economia informal, para além da criação de incentivos, é importante que se estabeleçam regras serradas para eliminar este mal, que contribui diretamente para a redução de arrecadação de impostos e provoca competição desleal.

Gráfico 8 – Programa Angola Investe/volume de negócios



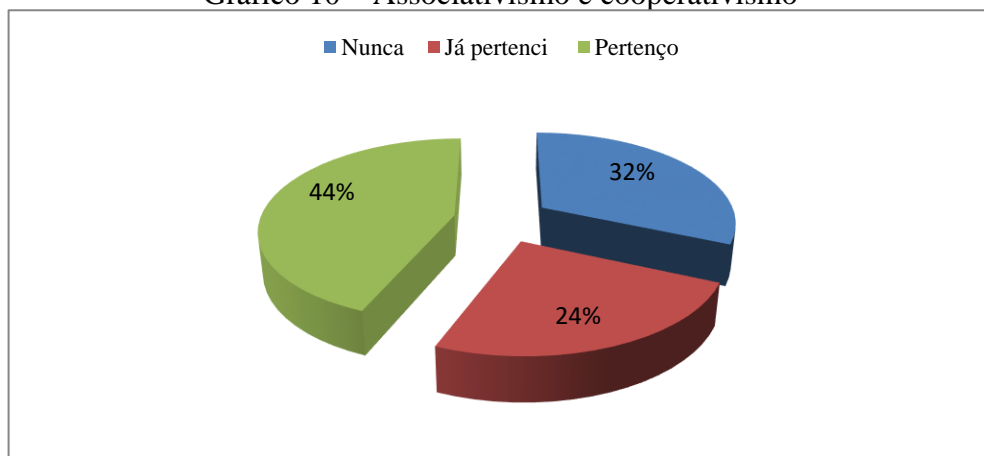
Observando os dados que se apresentam no gráfico acima, verifica-se que o volume de negócios da maior parte das empresas aumentou já que nos três escalões maiores temos mais empresas após financiamento do que no ponto de partida e nos dois escalões menores onde as empresas inqueridas se situavam inicialmente, aparecem menos empresas.

Gráfico 9 – Programa Angola Investe/colaboradores



Em termos de colaboradores, à semelhança do indicador anterior, constata-se genericamente uma evolução positiva, sendo notória a necessidade de investimentos no setor da formação profissional para que possamos elevar a oferta de mão-de-obra qualificada para uma maior dinamização das empresas. É comumente aceite que um dos maiores problemas do mercado angolano é a oferta de mão-de-obra especializada, acrescido de boa conduta e bom perfil profissional, a julgar pelo número de expatriados necessários para áreas técnicas e de especialidades, a laborar na maior parte das grandes empresas Angolanas.

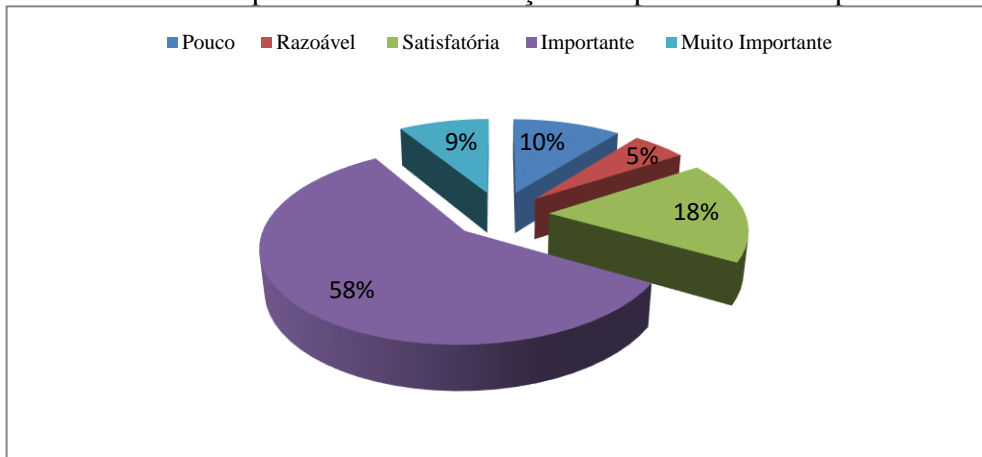
Gráfico 10 – Associativismo e cooperativismo



Verifica-se que 32% dos empresários dizem nunca ter feito parte de uma associação/cooperativa; 24% afirma já terem feito; e finalmente 44% dizem que fazem parte de uma associação, concluindo-se que a maior parte dos empresários fazem ou já fizeram parte de associações de empresários. Entretanto, parece-nos relevante que associações e

cooperativas incentivem a adesão de mais empreendedores e reforcem o seu importantíssimo papel social e económico, tal como pretensão do executivo, esta cultura deve ser reforçada no âmbito da lei Angolana das MPME's.

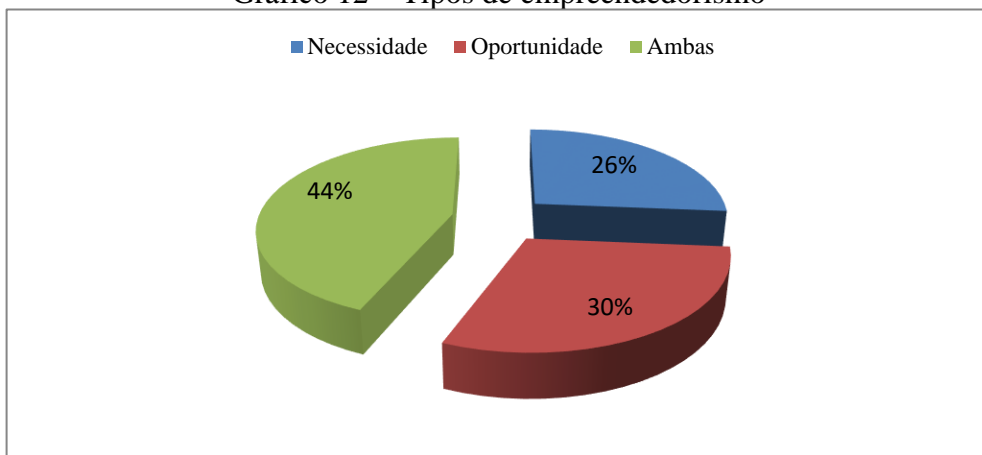
Gráfico 11 – Importância das associações/cooperativas de empresários



No gráfico acima, verifica-se que a maior parte dos empresários inquiridos reconhecem ser importante aliar-se a uma associação/cooperativa de empresários, no entanto, igualmente através das interações que fomos tendo com alguns dos promotores, percebemos que não existem grandes valias em termos práticos, assumimos então que as associações e cooperativas devem dinamizar a sua essência e a sua mais valia, criando incentivos e atratividade para captação de mais associados.

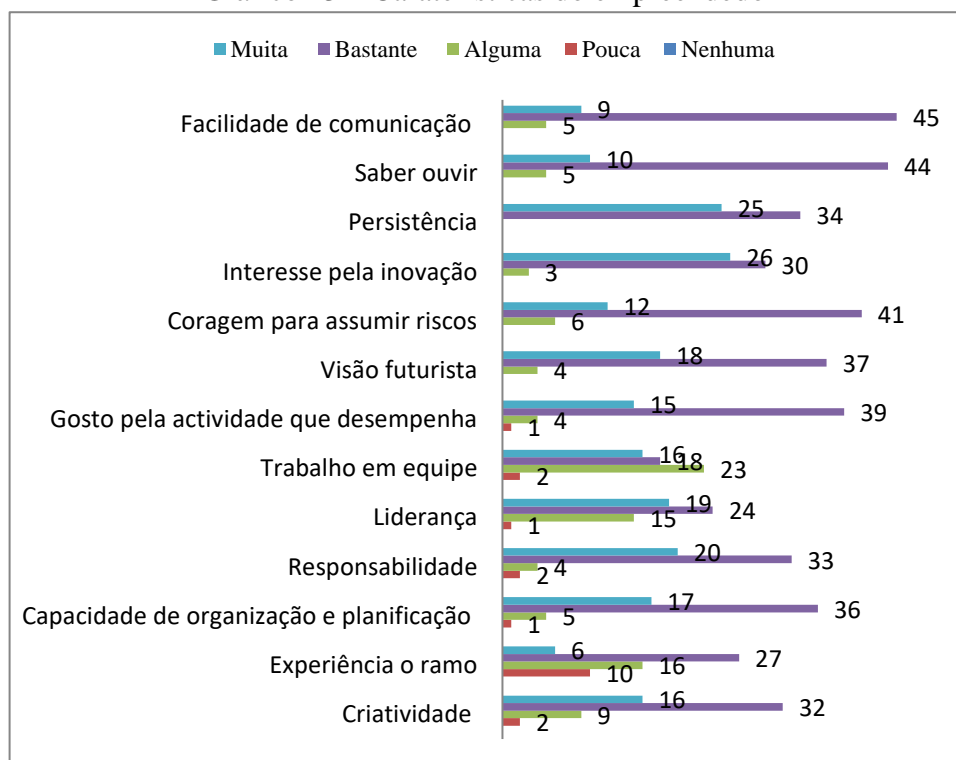
### 5.3. Empreendedorismo

Gráfico 12 – Tipos de empreendedorismo



Concluimos que 26% iniciaram atividade empreendedora por necessidade, 30% por oportunidade e finalmente, a maior parte (44%) afirmam ser por ambas situações.

Gráfico 13 – Características do empreendedor



Os dados que apresentamos no gráfico acima mostram que dentre as características consideradas mais importantes para o empreendedorismo destacam-se:

- Facilidade de comunicação: 76% percebem bastante importância, 16% assumem ter muita importância e 8% atribuem alguma importância.
- Saber ouvir: 75% percebem ter bastante importância, 17% assumem ter muita importância e 8% atribuem alguma importância.
- Persistência: 58% percebem ser uma característica bastante importante e 42% assumem ter muita importância.
- Interesse na inovação: 44% percebem ter bastante importância, 51% assumem ter muita importância e 5% atribuem alguma importância.
- Coragem para assumir riscos: 20% percebem ter bastante importância, 69,5% assumem ter muita importância e 10,5% atribuem alguma importância.
- Visão futurista: 30% dos inqueridos percebem ser uma característica bastante importante, 63% assumem ter muita importância e 7% atribuem alguma importância.

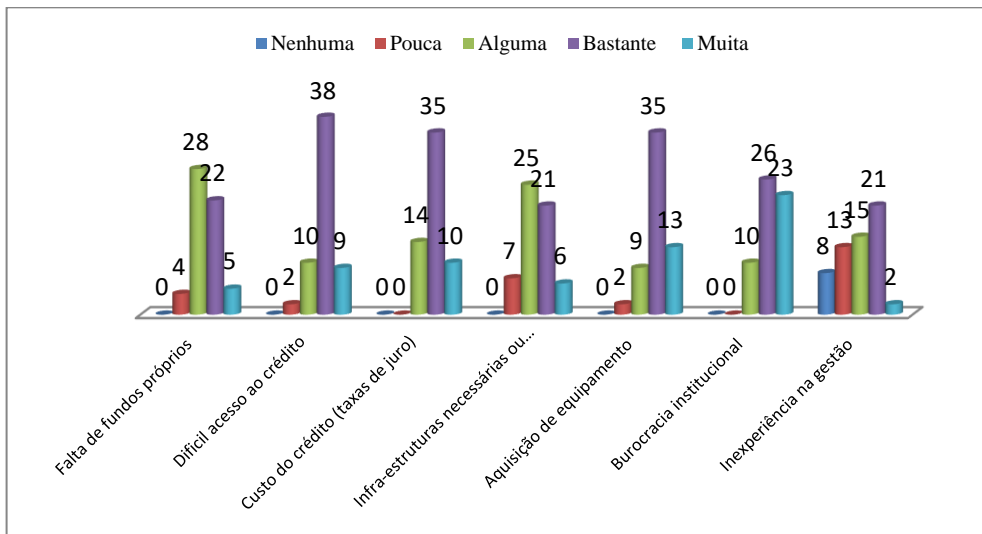
- Gosto pela atividade que desempenha: 25% percebem ser uma característica bastante importante, 66% assumem ter muita importância, 7% atribuem alguma importância e apenas 2% julgam não ter importância.
- Trabalho em equipa: 27% percebem ser uma característica bastante importante, 30% assumem ter muita importância, 40% atribuem alguma importância e apenas 3% julgam não ter importância.
- Liderança: 32% percebem ser uma característica bastante importante, 41% assumem ter muita importância, 25% atribuem alguma importância e apenas 2% julgam não ter importância.
- Responsabilidade: 34% percebem ser uma característica bastante importante, 56% assumem ter muita importância, 7% atribuem alguma importância e apenas 3% julgam não ter importância.
- Capacidade de organização e planificação: 28% percebem ser uma característica bastante importante, 62% assumem ter muita importância, 8% atribuem pouca importância e apenas 2% julgam não ter importância.
- Experiência no ramo: 10% percebem ser uma característica bastante importante, 46% assumem ter muita importância, 27% atribuem pouca importância e 17% julgam não ter importância.
- Criatividade: 27% percebem ser uma característica bastante importante, 55% assumem ter muita importância, 15% atribuem alguma importância e apenas 3% julgam não ter importância.

Podemos concluir que, maioritariamente, os empreendedores reconhecem grande importância nas principais características do empreendedorismo com destaque para a capacidade de comunicação, a capacidade de escuta e a coragem para assumir riscos, o que nos parece importante na construção de ideias e projetos mais enriquecidos e claros e menos numa perspetiva de arriscar por apoios muitas vezes sem grande sustentabilidade.

#### Gráfico 14 – Dificuldades no início do projeto

Sabendo que a implementação de grande parte dos projetos coincidiu com a crise que assola o país, pareceu-nos pertinente avaliar, quais as maiores dificuldades que os empreendedores

enfrentaram, permitindo assim que futuros programas possam ser melhor acautelados permitindo assim, menos fatores externos a contribuir para o insucesso de projetos.

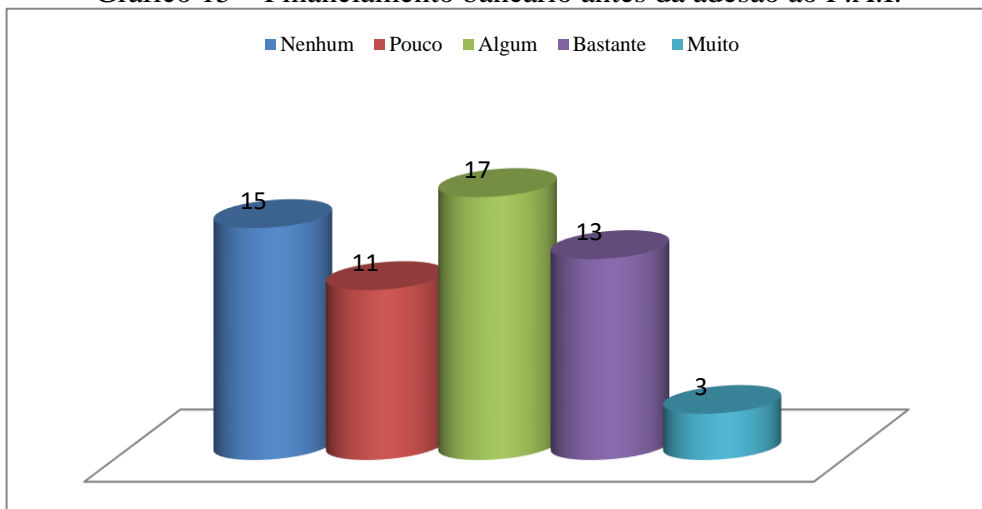


Para as dificuldades que estiveram na base da nossa pesquisa, parece-nos que concorrem todas para a inviabilização ou aumento de dificuldades que os empreendedores enfrentaram na implementação dos seus projetos com destaque para a acessibilidade e custos do crédito e a aquisição de equipamentos, entretanto, sentimos que o executivo tem feito maiores esforços para proteger iniciativas de produção nacional.

#### 5.4. Financiamento bancário

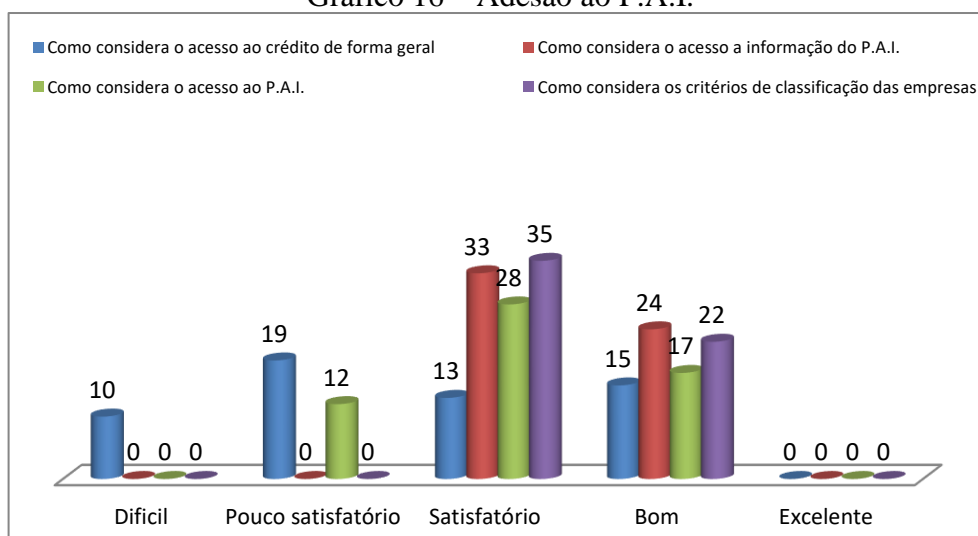
Pretendeu-se demonstrar a acessibilidade dos financiamentos bancários antes da criação do P.A.I., procurando perceber se os inqueridos teriam acedido a financiamentos antes.

Gráfico 15 – Financiamento bancário antes da adesão ao P.A.I.



Do gráfico acima vislumbra-se que 25% dos empreendedores afirmam não terem beneficiado de crédito para o arranque do seu negócio, 18% dizem ter beneficiado de pouco, 29% beneficiaram de algum, 22% tiveram bastante acesso ao crédito enquanto apenas 5% opiniões dizem ter recebido muito crédito. Concluimos que mesmo sem acesso a um programa especial de financiamento, a maior parte de empresários tiveram acesso a crédito para o arranque das suas atividades.

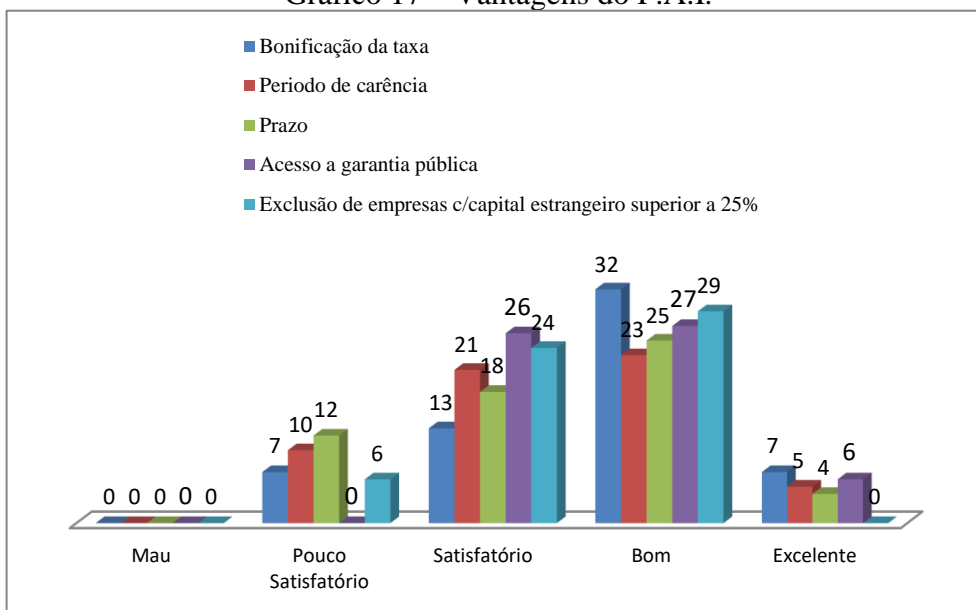
Gráfico 16 – Adesão ao P.A.I.



Quando se observam os dados do gráfico acima, verifica-se que a perceção dos inqueridos situa-se com maior incidência no satisfatório o que por si traduz-se numa satisfação mediana na acessibilidade ao programa. Logicamente este grupo de empreendedores, por ter beneficiado do programa mostra satisfação e por isso terá respondido positivamente. Recomenda-se que futuros trabalhos relacionados a este tema auscultem um grupo de empreendedores potencialmente interessados em aderir ao programa, para que possamos ter visões distintas. Entretanto, podemos afirmar que o programa é mais acessível que o crédito em geral a julgar pelos dados acima.



Gráfico 17 – Vantagens do P.A.I.

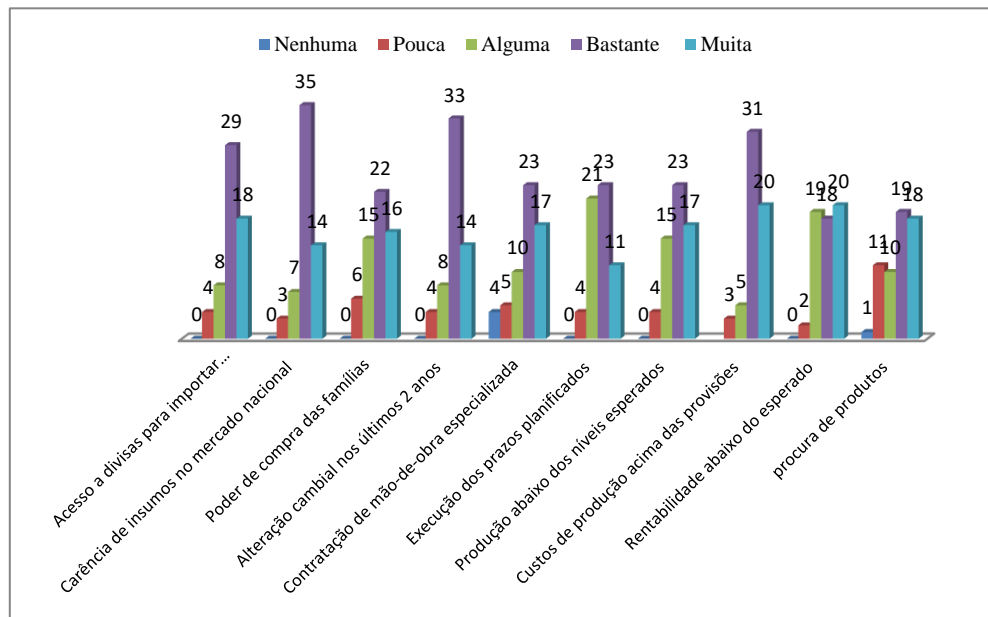


Tal como referimos anteriormente, o P.A.I. disponibiliza uma série de vantagens face a qualquer outra linha de financiamento da banca comercial destacando-se o prazo, o período de carência, a bonificação da taxa de juros, o mecanismo de garantia pública e a proteção do empresariado nacional através da exclusão de empresas estrangeiras ou empresas nacionais participadas em mais de 25% do capital social por estrangeiros, entretanto, desejamos perceber quais as vantagens mais importantes na perspetiva dos empreendedores.

Os dados apresentados mostram que os empreendedores conseguem perceber as várias vantagens que o programa disponibiliza destacam-se a bonificação da taxa, o período de carência e o acesso a garantia pública.

## 5.5. Principais dificuldades no projecto

Gráfico 18 – Dificuldades na execução do projeto

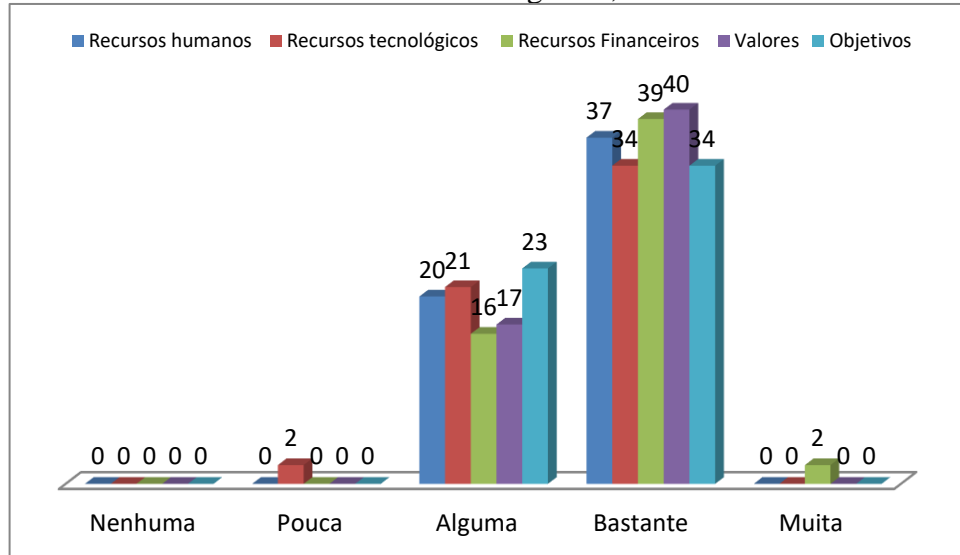


No gráfico acima são apresentadas as dificuldades que cada empresário inquirido teve que enfrentar na ocasião da implementação do seu projeto, onde se destaca a carência de insumos no mercado nacional o que logicamente concorre para a subida dos preços, a alteração cambial nos últimos dois anos tendo o Kwanzas desvalorizado mais de 300% até 2018, e fruto das alterações significativas nestes dois primeiros indicadores, os custos de produção agravaram-se o que impacta diretamente nos pressupostos do estudo e consequentemente nos seus resultados. Relativamente a carência de insumos no mercado nacional, a alternativa seria obviamente importar diretamente, no entanto a crise cambial e as regras de acesso as divisas pelo mercado formal, não foram acauteladas inicialmente, apesar de no segundo trimestre de 2017 o executivo ter salvaguardado priorização para acudir as necessidades cambiais para os aderentes deste programa, sendo visível igualmente no quadro acima que este fator concorreu negativamente para a boa execução do programa. Para além destes indicadores, a redução do poder aquisitivo das famílias influencia diretamente na procura dos produtos, e a fraca oferta de mão-de-obra especializada nacional concorre para o agravamento dos custos com esta rubrica. Assim concluímos que a execução dos projetos e a instauração da crise em Angola estão correlacionadas, porém a diversificação da economia é a única forma de conseguirmos ter uma economia mais sustentável, logo o executivo deve encontrar soluções para eliminar este tipo de dificuldades.

## 5.6. Ambiente de negócios e sua influência no negócio da empresa

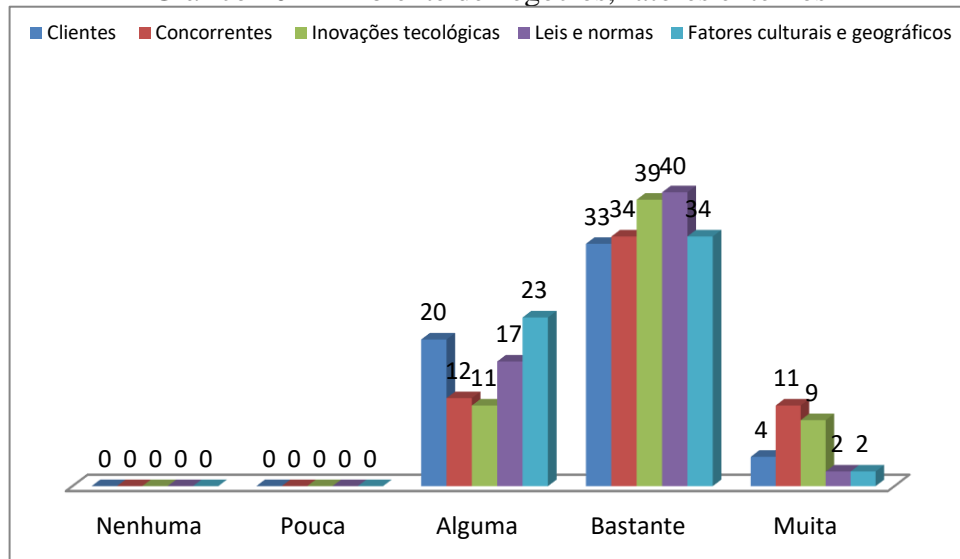
Abaixo são descritos os gráficos referentes ao ambiente de negócios, sendo distinguidos entre ambientes internos e externos

Gráfico 19 – Ambiente de negócios, fatores internos



O gráfico acima demonstra o ambiente interno no mundo do empreendedorismo e a sua influência no negócio das empresas, os dados demonstram que os recursos humanos, tecnológicos e financeiros assim como os valores e os objetivos têm bastante influência na execução dos projetos o que aponta para uma correlação entre bom ambiente de negócios (variáveis internas) e o sucesso do empreendedorismo ou mais especificamente do projeto em causa. A visão dos empreendedores inqueridos é bastante clara pois mais de dois terços dão grande ênfase a importância elevada destas variáveis e o restante terço dá alguma importância, podemos concluir que todos dão importância havendo distinção apenas no grau de importância que cada um reconhece a cada variável do gráfico acima.

Gráfico 20 – Ambiente de negócios, fatores externos

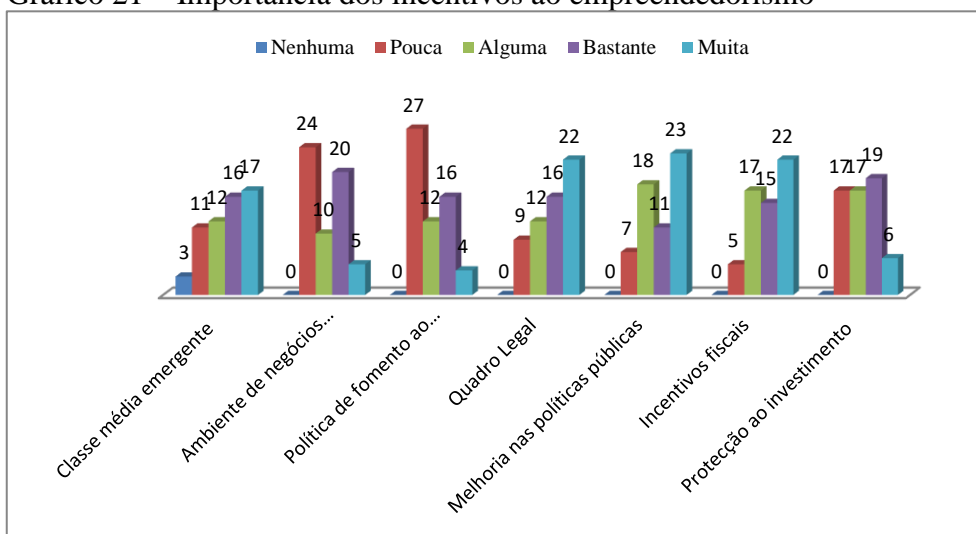


Tal como se observou na opção referente aos fatores internos, as condições externas situam-se entre algumas e bastante mas também com alguma incidência para muita. No entanto as opções encontram-se entre os clientes, concorrentes, inovação tecnológica, leis e normas bem como também para os fatores culturais e geográfico, o que de certa forma pode influenciar no ambiente de negócios favorável/desfavorável se forem bem ou mal interpretados.

### 5.7. Incentivo ao empreendedorismo

Neste ponto será avaliado a perceção dos inqueridos sobre os incentivos ao empreendedorismo e sua real importância.

Gráfico 21 – Importância dos incentivos ao empreendedorismo



No gráfico acima é implícito o papel do estado na criação de condições estruturais para que o fenómeno possa desenvolver-se sem grandes barreiras, podemos depreender que a manutenção de uma classe média emergente, a criação de um bom ambiente de negócios, a definição clara e objetiva de políticas de fomento ao empreendedorismo, o estabelecimento de um quadro legal equilibrado, a melhoria nas políticas públicas de fomento empresarial, o estabelecimento de incentivos fiscais e de políticas de proteção ao empreendedorismo, são de elevada importância para o crescimento do fenómeno.

### **5.8. Limitações do estudo**

Um estudo desta natureza poderá ter diversas limitações não só pelo escasso tempo de aplicação do inquérito, o momento em que aplicamos mas também e acima de tudo, por termos conduzido o trabalho por excessivo tempo entre o inquérito e a divulgação dos resultados através do presente documento. Destacam-se as seguintes limitações:

- O facto de termos distribuído os inquéritos por *email* fez-nos perder assim a oportunidade de aferir *in loco* outros dados importantes quiçá com a inclusão de perguntas para respostas abertas.
- Esta decisão foi tomada por conveniência do investigador para que a recolha fosse facilitada devido a fatores geográficos/logísticos, o que condiciona a generalização dos resultados da amostra para a população que representa todas MPME's Angolanas financiadas pelo P.A.I.
- Não termos auscultado outras empresas potencialmente interessadas no programa e quiçá com operações recusadas, permitindo assim opiniões em várias perspetivas.

### **5.9. Contributos**

Julgamos que o presente trabalho contribui para:

- Percepção do estado atual do empreendedorismo em Angola
- Melhorar os conhecimentos dos eventuais interessados, sobre o P.A.I.
- Visão realística das principais dificuldades do empreendedorismo em Angola
- Diagnosticar dificuldades na implementação de projectos apoiados pelo P.A.I.
- Melhorias no programa e em outras iniciativas semelhantes.

## 6. Conclusão

Tal como referimos no início deste trabalho, a economia Angolana foi destacada nos últimos anos pelo seu crescimento a nível mundial, no entanto continuou a ser uma economia dependente maioritariamente da exportação de petróleo e, em menor escala, de diamantes. Assume-se importância e urgência no desenvolvimento de ações que permitam dinamizar a atividade empresarial e aumentar a diversificação da economia nacional fomentando o empreendedorismo e desenvolvendo a produção nacional.

Com o presente trabalho procuramos abordar o empreendedorismo no mundo, em África e em Angola e mais especificamente investigar, explorar e compreender o P.A.I. como ferramenta de incentivo ao investimento nos setores chave por via de financiamento. Ao longo do trabalho mencionamos ações do executivo Angolano que visam regular e incentivar o desenvolvimento das MPME's e apoiar-las financeiramente através deste programa que claramente acresce grande valia competitiva as empresas Angolanas em função das diversas vantagens que oferece tais como a bonificação da taxa, período de carência e prazo alargado e também acesso a garantia pública.

Este trabalho comprova: Que o empreendedorismo responde a necessidade da diversificação da economia; Que o P.A.I responde as reais necessidades dos empreendedores; Que o programa é acessível para os empreendedores com experiência e *know-how*; Que uma parte significativa das iniciativas empreendedoras financiadas obteve sucesso na sua implementação. Que de forma generalizada, considera-se relevante e importante, o novo dinamismo que se pretende dar ao empreendedorismo em Angola; Entretanto parece-nos importante refletir a sua acessibilidade para os novos empreendedores já que por prudência a banca está mais disponível em apoiar empreendedores experientes;

Como primeira conclusão, a necessidade da criação de empresas cada vez mais competitivas e promissoras, de formas a criarem negócios com sucesso e a necessária diversificação da economia, determina que o programa seja mais célere e abrangente, sobretudo para empresas do setor produtivo, julgamos insuficiente que o programa tenha apenas financiado 381 projetos desde 2011.

A segunda, em função dos resultados obtidos, torna-se importante olhar de forma crítica para

o percurso do P.A.I. no apoio aos empreendedoras que queiram investir na diversificação da economia e considerar estes dados como sugestões e contributos para evoluir a atual estratégia de financiamento do programa, uma vez que para as empresas empreendedoras devem criar afinidade com os valores do empreendedorismo e empenhar-se em desenvolver oportunidades, práticas e ambientes que propiciem o desenvolvimento deste fenómeno. Por outro lado, o executivo Angolano deve encorajar os empreendedores num pensamento proativo, o que se pode verificar através da opinião e experiências vividas pelos beneficiários do programa, assim como manter o foco na criação de um ambiente de negócios que potencie o crescimento de um mercado competitivo e saudável.

A terceira conclusão é que o programa que reforça a sustentabilidade do empreendedorismo em Angola, para além da sua credibilidade por ter a decisão de risco centrada na banca comercial e o papel do estado reserva-se a certificação das empresas e decisão da emissão da garantia pública, as suas condições são claramente vantajosas em relação a toda e qualquer oferta de financiamentos disponíveis no mercado nacional. Não é possível falar-se de empreendedorismo em Angola especialmente nos setores produtivos em que os investimentos são sempre avultados, sem se recorrer ao programa já que a oferta generalizada da banca tem condições menos atrativas e com encargos bastante superiores. Apesar disso, o programa tem muitos desafios pela frente no sentido de conseguir estimular uma atitude inovadora e proativa aos empreendedores, seja na sua oferta e estratégias de formas a conseguir dar mais passos rumo ao dinamismo, firmeza e na vanguarda das empresas nacionais.

Constatamos existirem competências, opiniões, interesses, aptidões e experiências dos empreendedores e com base nisso acreditamos na estratégia de fomentar o P.A.I. para financiar empresas que queiram investir realmente e em que áreas específicas de acordo com setores prioritários definidos pelo executivo.

Do outro lado, os empreendedores devem focar-se na estabilização das suas empresas e ambicionar competitividade, implementando boas práticas de gestão e independentemente das escolhas que possam tomar decisões acertadas mantendo bons níveis de profissionalismo. O que importa de facto é ter uma atitude empreendedora com mentalidade aberta e pensamento multifacetado, para que possa aumentar as hipóteses de sucesso.

Considerando o contributo que pretendemos deixar com este trabalho para o desenvolvimento do empreendedorismo em Angola, o executivo deve continuar a ambicionar:

- Desenvolvimento de uma cultura empresarial focada em boas práticas de gestão.
- Criação de empreendedores que se foquem na diversificação da economia, especialmente em setores produtivos.
- Implementação de políticas eficazes e promissoras para inovar as empresas.
- Criação de ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento deste fenómeno.

Considerando as limitações do estudo anteriormente referidas, parece-nos importante tecer as seguintes considerações para futuras investigações semelhantes:

- Pesquisas ao nível das intenções empreendedoras para que possa ser feito uma procura mais minuciosa e abrangente, que contemple os pormenores apontados neste estudo: controlo de fatores externos da vida dos indivíduos que também tenham influência na formação de intenções empreendedoras, como os círculos sociais em que se inserem, rendimentos do agregado familiar, experiências e iniciativas passadas e relevantes na vida de cada empresa inquirida.
- Exploração das intenções empreendedoras sendo recomendável para futuras investigações e experimentações nesta área que obtenham novas conclusões sobre as intenções, idealmente desenvolvidas no seio de um grupo com intenções de empreender e quiçá com necessidades de financiamento para participar num programa de empreendedorismo para que possam ser retiradas as conclusões desta experiência, a partir das devidas variáveis de controlo e da medição destas intenções antes e depois do programa.
- Investigação para implementação de algumas das sugestões de melhoria apresentadas para testar a sua eficácia ao nível das intenções empreendedoras, na própria concretização dessas intenções em ações e na evolução de empresas após essa mudança, a nível de resultados, projeção e prestígio.



## 7. Bibliografia

- Acs, Z. Et. Al. (2016). "Public policy to promote entrepreneurship: a call to arms," *Small Business Economics*, Springer, vol. 47(1), pages 35-51, June.
- Associação dos empreendedores de Angola (AEA) (2008). *Relatório sobre o empreendedorismo*. Luanda.
- Barney, Jay (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp.99-120.
- Bates, K. A. e Flynn, J. E. (1995) "Innovation history and competitive advantage: A resource-based view analysis of manufacturing technology innovations" *Academy of Management Best Papers Proceedings*, pp. 235–239.
- Bertocco, Giancarlo, "Finance and development: Is Schumpeter's analysis still relevant?", *Journal of Banking & Finance* 32, Facolta, (2008), pgs.1161–1175;
- Bianchi, M.; Campodall'orto, S.; Frattini, F.; Vercesi, P. (2010) "Enabling open innovation in small-and medium-sized enter-prizes: how to find alternative applications for your technologies", *R&D Management*, vol. 40, no. 4, pp. 414–431.
- Cafoia, Rui (2014). *Gestão e Empreendedorismo. Conceitos e bases, Marketing de Iniciação e Matemática dos Negócios*. I Volume 1ª Edição Braga. Portugal
- Carmo, H. e Ferreira, M. M. (1998). *Metodologia da Investigação: Guia para autoaprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carvalho, Luísa C. & Costa, Teresa G. (2015). *O empreendedorismo: uma visão global e Integradora*. Edições Sílabo. 1ª Edição.
- Catessamo, Malundo F. & Rua, Orlando L. (2015). *Inovação e Empreendedorismo em Angola. Contribuições para o desempenho das PME*. Editora Vida Económica.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6ª Ed ed.). Londres: Routledge.

Comunidade Económica do Estados da África Ocidental (CEDEAO) /2015. Relatório sobre empreendedorismo

Coulson, S. H. Application of the total quality management process in the manufacture of polymers. Reading: Turney, G. R./Askey, J. M., p.35-46, 1992.

Deming, W. E. Qualidade: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Saraiva, 1990.

Dermol, V. (2010). Development of Entrepreneurial Competences, International Journal of Euro-Mediterranean Studies, Vol. 3, No. 1, pp. 27-47.

Dias et al. (2008). Competências Empreendedoras: um Estudo sobre os Empreendedores Ganhadores do Prémio Top Empresarial, Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Edição 5, São Paulo.

Dornelas, José Carlos Assis (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.

Dornelas, José Carlos Assis (2005). *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Campus.

Dornelas, José Carlos Assis. (2008) *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier,.xii, 166 p.

Drucker, Peter (2005). *Inovação e espírito empreendedor – práticas e princípios*. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning.

Duarte, Carlos e Esperança, José Paulo (2014). *Empreendedorismo e planeamento financeiro*. Edição Silabo 2ª Edição Lisboa.

Fialho, F. A. P. et al. (2007). *Empreendedorismo na Era do Conhecimento*.1.ª ed. Florianópolis: Visual Books.

Filion, L.J. (1999). Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios. Revista USP-Revista da Administração, São Paulo.

Fortin, M. (2000). *O processo de investigação da concepção à realização*, Lusociência, 4ª edição, ISBN 972-8383-10-X;

Global Entrepreneurship Network (2015). *Relatório sobre empreendedorismo*. Angola.

Global Entrepreneurship Network (2016), *O relatório sobre empreendedorismo*. Luanda/Angola.

Gomes, Alves e Fernandes (2013) Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, Editora PGPC.

Grant, R. M. (1991) “The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation” *California Management Review* 33, pp.114–135.

Henrekson, M., Johansson, D., Gazelles as job creators – A survey and interpretation of the evidence, IFN Working Paper No. 733, 2008.

Henrekson, M., Stenkula, M., Entrepreneurship and public policy, IFN Working Paper No. 804, 2009.

Hill, M.M.; Hill, A. 2002. *Investigação por questionário*. 2ª Edição, Lisboa, Edições Sílabo.

Hill, M. M. e Hill, A. (2005). *Investigação por Questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.

Ishikawa, K. (1993). *Controle de qualidade total à maneira Japonesa*. Rio de Janeiro. Campus.

Langley, G. J.; Nolan, K. M.; Nolan, T. W.; Norman, C. L.; Provost, L. P. *The improvement guide: a practical approach to enhancing organizational performance*. San Francisco, California: Jossey-Bass Publishers, 1994.

Latha, K Lavanya; Murthy, BEVVN, “The Motives of Small Scale Entrepreneurs: An Exploratory Study”, *South Asian Journal of Management*; Apr-Jun 2009; 16, 2; ABI/INFORM Global, pg. 91;

- Leite, Eduardo de Oliveira (2008). Monografia Jurídica. 8.<sup>a</sup> Edição São Paulo: Revista dos Tribunais. (Série Método sem Direito).
- Mcclelland, David (1965). *N-Achievement and entrepreneurship: a longitudinal study*. Journal of Personality and Social Psychology.vol. 1, n. 4, p. 392-396.
- Mendes, L. (2012). A sua organização fomenta o empreendedorismo? Jornal Vida Económica, 12 de fevereiro.
- Merli, G. Comakership. Quality Mark, Trad. Gregório Bouer, Rio de Janeiro, 1994.
- Moreira, R. (2011). Empreendedorismo na Universidade do Minho -O Caso dos Diplomados das Ciências Sociais, Centro de Investigações em Ciências Sociais
- Oakland, J. S. Gerenciamento da qualidade total. São Paulo: Nobel, 1994.
- Ortmans, Jonathan (2016), *Congresso Global de Empreendedorismo*. O evento, que é organizado pela Kauffman Foundation desenvolvimento do empreendedorismo Endeavor. Disponível em setembro de 2017.
- Penrose, E. T. (1959).The theory of the growth of the firm. New York: John Wiley.
- Pereira, A. S. S. (2012). *Recuperação de Fazendas Agrícolas Inativas. Proposta de modelo estrutural de desenvolvimento sustentável para soluções à pobreza nas zonas rurais*. Editora Australivros, 1<sup>a</sup> Edição. Portugal
- Porter, M. E. (1980).Competitive strategy. New York: Free Press.
- Porter, Michael E. (1985). Competitive Advantage. 1st edition New York: Free Press.
- Porter, Michael E. et al. (2002). *Executive summary: competitiveness and stages of economic development*. In: Porter, Michel et al. (Ed.). The global competitiveness report 2001-2002. Nova York: Oxford University Press. p. 16-25.
- Powell, T. C. (1992) “Strategic planning as competitive advantage” Strategic Management Journal 13, pp. 551–558.

Prahalad, C. K. and Hamel G. (1990) “The Core Competence of the Corporation” Harvard Business Review 3, pp 79–91.

Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Raza, Cláudio (2008). *Informações contábeis: o cliente não sabe pedir e o escritório contábil, na sua grande maioria, não está preparado para fornecer*. Boletim CRC SP, São Paulo, n.166, p.16-17, Maio.

Relatório Anual do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEDI 2015/2016)

Saraiva, Pedro M. e Figueira, J. (2011). *Empreendedorismo: Do Conceito À Aplicação, Da Ideia Ao Negócio, Da Tecnologia Ao Valor*. 2nd ed. Coimbra: Imprensa da Universidade.

Schumpeter, J. (1949). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, 1949.

Schumpeter, J. A. (1912/1934), *the Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Traduzido da 2.<sup>a</sup> edição alemã (1912). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

Serafim, Luiz (2011). *O poder da inovação – como alavancar a inovação na sua empresa*. São Paulo: Saraiva.

Simão, Pinda (2009). *O empreendedorismo e a introdução da disciplina no currículo escolar*. Angop. Agência Angola Press.

Trigo, Virgínia (2003). «*Entre o Estado e o Mercado, Empreendedorismo e a Condição do Empresário na China*», Ad Litteram, Lisboa

Tuckman, B. (2000). *Manual de investigação em educação: como conceber e realizar o processo de investigação em educação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Wernerfelt, BIRger (1984). *A Resource-Based View of the Firm*. Strategic Management Journal, 5(2), Pp.171-180.

### **Sites Consultados:**

Aristides Lemba, Aristides (2016). A Crise económica de 2016 e as alternativas para a retomada do crescimento. Disponível em: <http://www.angop.ao/>. Agência Angola Press. Acesso em: Abril de 2017.

Beck, Thorsten; Demirguç-kunt, Asli; Levine, Ross. SMEs, growth and poverty. NBER Work- ing Paper Series, 11224. Cambridge: National Bureau of Economic Research, 2005. Disponível em: <[www.nber.org/papers/w11224](http://www.nber.org/papers/w11224)>. Acesso em julho de 2017

CEDEAO, Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental (2015). *Relatório sobre empreendedorismo*. Disponível em <https://www-netwerkeconomie.org/>, consultado em janeiro de 2018.

COMISSÃO EUROPEIA (2003); *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*, Bruxelas disponível em <https://www-netwerkeconomie.org/>, consultado em março de 2018.

Djembe Communications (2015). *Relatório sobre empreendedorismo* disponível em [http://www.Djembecommunications.com/language/pt/press\\_post](http://www.Djembecommunications.com/language/pt/press_post) (jovens-africanis-concordam-que-a-chave-do-empreendedorismo-e-a-sustentabilidade, consultado em Março de 2018.

<http://www.gemconsortium.org/report>

GEM (2014) *Relatório de Pesquisa GEM: empreendedorismo no Brasil e no mundo* m [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisas-gemas](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisas-gemas) 4c2014detalhe45,c9a1aabba6bc410gnVCM2000003c7c4010aRCRD, Consultado em maio de 2017.

GEI - Índice Global de Empreendedorismo (2016). *Relatório sobre empreendedorismo* disponível em [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisas-gemas](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisas-gemas). Consultado em maio de 2017.

GEM Portugal (2012). Estudo sobre o Empreendedorismo. GEM, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3120>[23 de junho de 2014].

GEN - Global Entrepreneurship Network (2015). *Relatório sobre empreendedorismo* m [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisas-gemas](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisas-gemas).

Consultado em maio de 2017.

GEN - Global Entrepreneurship Network (2016), *O relatório sobre empreendedorismo* disponível em [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisas-](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisas-)

Luz, Ricardo, Federação Nacional de Associações de Business Angels ([www.fnaba.org](http://www.fnaba.org)) em artigo de opinião 2009 [http://www.fnaba.org/clipping/NeF\\_Artigo\\_RFL\\_p70\\_NF61\\_opinioao.pdf](http://www.fnaba.org/clipping/NeF_Artigo_RFL_p70_NF61_opinioao.pdf)

OECD (2011). *Entrepreneurship at a glance*. Paris. [www.oecd-ilibrary.org/.../entrepreneurship-at-a-glance-2015](http://www.oecd-ilibrary.org/.../entrepreneurship-at-a-glance-2015) disponível em julho de 2017.

Prather, Mitchell (2015). *Relatório sobre empreendedorismo*, Disponível em <http://www.djembecommunications.com/language/pt/> [http://www.djembecommunications.com/language/pt/press\\_post/jovens-africanos-concordam-que-a-chave-do-empreendedorismo-e-a-sustentabilidade/](http://www.djembecommunications.com/language/pt/press_post/jovens-africanos-concordam-que-a-chave-do-empreendedorismo-e-a-sustentabilidade/), consultado em março de 2018.

Rocha, Alves (2015). Sistema Financeiro e Bancário de Angola – situação atual e perspectivas, no âmbito da parceria entre o CEIC, a Universidade de Oxford e o Instituto Superior de Economia da Universidade Técnica de Lisboa. Disponível em: [www.Angop.com](http://www.Angop.com) Agência Angola Press. Acesso em maio de 2017.

### **Legislação consultada:**

Lei (2011) - Lei n.º 30/11 de 13 de setembro de 2011. Sobre o PDMPME's, disponível em: [http://abcempreendedor.com/conteudos/documentos/lei30-11\\_13set.pdf](http://abcempreendedor.com/conteudos/documentos/lei30-11_13set.pdf)

Lei n.º 1/04, de 13 de fevereiro - Lei das Sociedades Comerciais, bem como outros tipos de sociedade que venham a ser criadas por lei.

Web sites consultados:

[www.anip.co.ao](http://www.anip.co.ao)

[www.angola.org.uk](http://www.angola.org.uk)

[www.africanentrepreneurshipaward.com](http://www.africanentrepreneurshipaward.com)

[www.besa.ao](http://www.besa.ao)

[www.cm-viladoconde.pt](http://www.cm-viladoconde.pt)

[www.cm-tvedras.pt](http://www.cm-tvedras.pt)

[www.docs.di.fc.ul.pt](http://www.docs.di.fc.ul.pt)

[www.docplayer.com.br](http://www.docplayer.com.br)

[www.drapc.minagricultura.pt](http://www.drapc.minagricultura.pt)

[www.enterpriseeuropenetwork.pt](http://www.enterpriseeuropenetwork.pt)

[www.gilconsultor.blogspot.com](http://www.gilconsultor.blogspot.com)

[www.ibqp.org.br](http://www.ibqp.org.br)

[www.ine.pt](http://www.ine.pt)

[www.minagri.gov.ao](http://www.minagri.gov.ao)

[www.port.pravda.ru](http://www.port.pravda.ru)

[www.repositorioaberto.uab.pt](http://www.repositorioaberto.uab.pt)

[www.repositorium.sdum.uminho.pt](http://www.repositorium.sdum.uminho.pt)

[www.repositorium.sdum.uminho.pt](http://www.repositorium.sdum.uminho.pt)

[www.repositorio.ufsc.br](http://www.repositorio.ufsc.br)

[www.unicesumar.edu.br](http://www.unicesumar.edu.br)

[www.unb.br](http://www.unb.br)



## 8. Anexos

### Empreendedorismo e diversificação económica

Prezado Senhor

O presente questionário faz parte de uma investigação, desenvolvida pelo mestrando Paulo Alves no âmbito do Mestrado em Gestão de Empresas, da Universidade Aberta em Portugal, sobre o tema “**O Impacto do Empreendedorismo na Diversificação da Economia em Angola: Estudo de caso sobre o Programa Angola Investe (P.A.I.)**” para o qual a sua empresa foi selecionada aleatoriamente.

Mas, antes de avançarmos com o questionário específico, conforme exige o Método Delphi, necessitamos obter critérios sobre a sua competência ou nível de qualificação, na esfera em que se realiza a investigação.

Por essa razão, solicita-se o obséquo de responder com fidelidade o teste que a seguir lhe apresentamos, e que consiste na sua auto-avaliação sobre o nível de conhecimento acerca do problema, e as fontes que lhe permitem argumentar seus critérios. Por favor responda às perguntas que se seguem com a maior sinceridade possível cujas respostas foram elaboradas de acordo com a escala de Likert, colocando um X em apenas um dos quadradinhos disponíveis para as respostas

Através da sua colaboração, respondendo às questões que se seguem, ajudar-nos-á neste estudo e ajudará Angola no relançamento do empreendedorismo, pautando pela diversificação da economia.

#### 1. Informações pessoais:

1.1. Quantos anos tem de experiência de trabalho como Economista/Gestor/Técnico/Visionário:

Até 2 anos	Entre 2 e 5	Entre 5 e 10	Entre 10 a 20	Mais de 20

1.2. Há quantos anos iniciou o seu negócio principal?

Até 2 anos	Entre 2 e 5	Entre 5 e 10	Entre 10 a 20	Mais de 20

1.3. Qual a sua função na empresa?

Diretor geral	Diretor de produção	Gestor principal	Administrador	Acionista sem função de gestão

1.4. Qual o seu grau académico?

Formação técnico profissional	Ensino Médio	Formação superior	Mestrado	Outro

1.5. A sua formação é ajustada a sua área de trabalho

Desajustada	Não satisfaz	Satisfaz	Boa	Excelente

2. Sobre à Empresa:

2.1. Antiguidade da constituição da empresa

Informações da empresa	Até 2 anos	De 2 a 5 anos	De 5 a 10 anos	De 10 a 20 anos	Mais de 20 anos
Antiguidade da constituição da empresa					
Antiguidade da atividade principal					

2.2. Angola Investe e o volume de negócios

Volume de negócios em USD	<100.000	<250.000	<1.500.000	<3.000.000	>5.000.000
Volume de negócios antes do acesso ao P.A.I.					
Volume de negócios após acesso ao P.A.I.					

2.3. Considerações a ter com o programa Angola Investe

Pessoal colaborador	<10	<50	<100	<150	<200
Número de colaboradores antes do acesso ao P.A.I.					
Número de colaboradores atuais					
Número de trabalhadores não qualificados					
Número de colaboradores qualificados					

2.4. Pertence ou já pertenceu a uma associação/cooperativa de empresários

Nunca	Já pertenci	Pertenço

2.5. Dada a importância que encerra uma associação/cooperativa de empresários, assinale com um X o grau de satisfação para a sua empresa.

Pouco	Razoável	Satisfatória	Importante	Muito importante

3. Informações sobre empreendedorismo:

3.1. A ideia de empreender surgiu por perceber uma oportunidade ou por necessidade de desenvolver uma atividade económica?

Necessidade	Oportunidade	Ambas

3.2. Das características abaixo, quais consideram mais importantes para o empreendedorismo:

Opções	Nenhuma	Pouca	Alguma	Bastante	Muita
Criatividade					
Experiência no ramo					
Capacidade de organização e planeamento					
Responsabilidade					
Liderança					
Trabalho em equipa					
Gosto pela atividade que desempenha					
Visão futurista					
Coragem para assumir riscos					
Interesse pela inovação					
Persistência					
Saber ouvir					
Facilidade na comunicação					

3.3. Das dificuldades abaixo quais dificultaram mais o seu início de atividade

Opções	Nenhuma	Pouca	Alguma	Bastante	Muita
Falta de fundos próprios					
Difícil acesso ao crédito					
Custo do crédito (taxas de juros)					
Infraestruturas necessárias ou adequadas					
Aquisição de equipamento					
Burocracia institucional					
Inexperiência na gestão					

4. Informações sobre financiamento bancário:

4.1. Beneficiou de algum financiamento antes do P.A.I:

Nenhum	Pouco	Algum	Bastante	Muito

4.2. Aspetos a ter em conta com adesão ao P.A.I

Opções	Difícil	Pouco satisfatório	Satisfatório	Bom	Excelente
Como considera o acesso ao crédito de forma geral					
Como considera o acesso a informação do P.A.I					
Como considera o acesso ao P.A.I					
Como considera os critérios de classificação das empresas					

4.3. Classifique as vantagens que o P.A.I. proporciona:

Opções	Mau	Pouco satisfatório	Satisfatório	Bom	Excelente
Bonificação da taxa					
Período de carência					
Prazo					
Acesso a garantia pública					
Exclusão de empresas c/capital estrangeiro superior à 25%					

5. Dificuldades que enfrentou na execução do seu projeto:

Opções	Nenhuma	Pouca	Alguma	Bastante	Muita
Acesso a divisas para importar equipamentos					
Carência de insumos no mercado nacional					
Poder de compra das famílias					
Alteração cambial nos últimos dois anos					
Contratação de mão-de-obra especializada					
Execução nos prazos planejados					
Produção abaixo dos níveis esperados					
Custos de produção acima das previsões					
Rentabilidade abaixo do esperado					
Procura de produtos					

6. Ambiente de negócios e sua influência no seu negócio

6.1. Interno

Opções	Nenhuma	Pouca	Alguma	Bastante	Muita
Recursos humanos					
Recursos tecnológicos					
Recursos financeiros					
Valores					
Objetivos					

6.2. Externo

Clientes					
Concorrentes					
Inovações tecnológicas					
Leis e normas					
Fatores culturais e geográficos					

7. Políticas de incentivo ao empreendedorismo

Incentivos fiscais					
Proteção ao investimento					
Política de fomento ao empreendedorismo					
Influência do empreendedorismo no desenvolvimento económico					
Melhoria nas políticas públicas					